

# STRATEGJIA E KOMUNIKIMIT

për Agjencinë Shtetërore  
të Kadastrës së Shqipërisë  
(ASHK)



Bashkëfinancuar nga  
Bashkimi Evropian



BASHKIMI EVROPIAN

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Bashkëfinancuar dhe zbatuar  
nga Këshilli i Evropës



AGJENCIA  
SHTETËRORE E  
KADASTRËS

# STRATEGJIA E KOMUNIKIMIT

për Agjencinë Shtetërore  
të Kadastrës së Shqipërisë  
(ASHK)

Përgatitur nga:  
**Maklen Misha**

Këshilli i Evropës

Ky botim u prodhuan me mbështetjen financiare të Bashkimit Evropian dhe të Këshillit të Evropës. Përmbajtja e tij është përgjegjësi vetëm e autorit. Pikëpamjet e shprehura këtu nuk mund të konsiderohen në asnjë mënyrë se pasqyrojnë opinionin zyrtar të Bashkimit Evropian apo të Këshillit të Evropës.

Autorizohet riprodhimi i ekstrakteve (deri në 500 fjalë), me përjashtim të riprodhimit për qëllime tregtare për sa kohë që ruhet integriteti i tekstit, fragmentet nuk përdoren jashtë kontekstit, nuk jepen informacione të paplota dhe nuk e keqorientojnë lexuesin sa i përket natyrës, fushëveprimit apo përmbajtjes së tekstit. Teksti burimor duhet të njihet gjithmonë si vijon "©Këshilli i Evropës, 2025". Të gjitha kërkesat e tjera në lidhje me riprodhimin/përkthimin e të gjithë këtij dokumenti ose e pjesëve të caktuara të tij, duhet t'i drejtohen Drejtorisë së Komunikimeve, Këshilli i Evropës (F67075- Strasbourg Cedex ose publishing@coe.int).

Të gjitha korrespondencat e tjera në lidhje me këtë publikim duhet t'i drejtohen Directorate General Human Rights and Rule of Law /Southeast Europe and Turkey Unit, Avenue de l'Europe F67075- Strasbourg Cedex, France, Tel. 00 20 41 88 3(0) 33+ E-mail: Horizontal.Facility@coe.int

@ Këshilli i Evropës, Mars 2025.  
Të gjitha të drejtat e rezervuara.  
I liçencuar në Bashkimin Evropian sipas kushteve të miratuara.

Kopertina: Kleida Maluka

# Përmbledhje ekzekutive

Agjencia Shtetërore e Kadastrës (ASHK) po kalon në një fazë transformimi të madh me synimin për të modernizuar menaxhimin e të drejtave pronësore në Shqipëri. Në mbështetje të kësaj nisme, kjo Strategji Komunikimi është zhvilluar në kuadër të projektit “Përmirësimi i mbrojtjes së të drejtës së pronës dhe lehtësimi i ekzekutimit të vendimeve të GJEDNJ në Shqipëri”, bashkëfinancuar nga Bashkimi Evropian dhe Këshilli i Evropës dhe zbatuar nga Këshilli i Evropës nën programin “Instrumenti Horizontal për Ballkanin Perëndimor dhe Turqinë III”. Strategjia synon ta ndihmojë ASHK-në të komunikojë në mënyrë efektive ndryshimet e ardhshme, të rrisë transparencën dhe të krijojë marrëdhënie më të forta besimi me palët kryesore të interesit, përfshirë mbajtësit e titujve të pronësisë, institucionet qeveritare dhe partnerë të tjerë.

E hartuar duke mbajtur në konsideratë kufizimet ligjore, institucionale, financiare dhe burimore të agjencisë, strategjia ofron hapa praktikë dhe të zbatueshëm për të forcuar angazhimin dhe besimin në procesin e reformës dhe në vetë institucionin. Thelbësore për këtë strategji është përafrimi i saj me objektivin e Bashkimit Evropian dhe Këshillit të Evropës për fuqizimin e qytetarëve. Duke vënë përparësi tek qartësia, aksesueshmëria, llogaridhënia dhe transparenca, ASHK kërkon të rindërtojë besimin e publikut dhe të mundësojë një sistem ku të drejtat pronësore menaxhohen në mënyrë efikase dhe të drejtë në Shqipëri. Strategjia thekson fuqizimin e qytetarëve përmes aksesit më të mirë në informacion, procedurave të thjeshtuara dhe sistemeve të qëndrueshme mbështetjeje.

Duke kuptuar nevojat e ndryshme të palëve të interesuara, strategjia paraqitet në një format praktik dhe të lehtë për t’u përdorur. Kjo qasje siguron që stafi i ASHK-së dhe zyrat vendore të mund ta zbatojnë atë në mënyrë koherente, duke nxitur një komunikim të unifikuar në të gjithë institucionin. Duke ofruar hapa të qartë, të zbatueshëm dhe mjete praktike, strategjia merr në konsideratë nivelet e ndryshme të njohurive digjitale dhe aksesit, veçanërisht në zonat rurale dhe ato me burime të pamjaftueshme. Kjo qasje zbut risqet e tranzicionit digjital dhe garanton angazhim gjithëpërfshirës.

## KOMPONENTËT KRYESORË TË STRATEGJISË PËRFSHIJNË:

- 1. Parimet kryesore:** Duke vënë theks te qasja e orientuar drejt qytetarit, e cila përfshin hapjen, përfshirjen dhe përmirësimin e vazhdueshëm në të gjitha mënyrat e komunikimit.
- 2. Audiencat kryesore:** Identifikimi dhe adresimi i nevojave specifike të grupeve të ndryshme, si publiku i gjerë, profesionistët, grupet e marginalizuara, mediat, institucionet vendore dhe partnerët ndërkombëtarë.
- 3. Mjetet dhe kanalet e komunikimit:** Përdorimi i kanaleve tradicionale dhe moderne të komunikimit, duke përfshirë një faqe interneti të riprojektuar e të lehtë për t’u përdorur, linja telefonike falas, rrjete sociale, materiale të shkruara, si dhe nisma ndërveprimi me komunitetin.
- 4. Qëllimet dhe qasjet strategjike:** Zhvillimi i strategjive të zbatueshme për të thjeshtuar mesazhet, ofruar përditësime të rregullta, përdorur platforma të shumta komunikimi dhe promovuar transparencën.
- 5. Monitorimi dhe vlerësimi:** Krijimi i treguesve të hollësishëm dhe mekanizmave të reagimit për të matur efektivitetin e strategjisë dhe për të siguruar përmirësim të vazhdueshëm.

6. **Struktura e brendshme e komunikimit:** Krijimi i një kuadri *ad hoc* me pika fokale komunikimi dhe koordinim qendror për të ruajtur unifikimin e mesazheve dhe zbatimin e duhur.
7. **Zbutja e risqeve:** Identifikimi i risqeve të mundshme që lidhen me komunikimin, si mospërputhja e mesazheve, ndërveprimi i ulët, problemet teknike, keqinformimi, shqetësimet për privatësinë e të dhënave, kufizimet në burime, rezistenca e stafit ndaj ndryshimeve dhe sfidat e përfshirjes. Zhvillimi i strategjive për t'i trajtuar dhe menaxhuar këto rreziqe në mënyrë proaktive.
8. **Afatet kohore të zbatimit:** Një qasje e parashikuar në disa faza, për një periudhë 24-mujore, që synon ofrimin e një plani të qartë për zbatimin e strategjisë së komunikimit, me mundësi rishikimi periodik bazuar në reagimet në kohë reale dhe të dhëna mbi performancën.

Zbatimi fillon me përgatitjet dhe ngritjen e strukturave të brendshme, pasuar nga faza e daljes në publik dhe monitorimi, për t'u finalizuar me vlerësimin dhe konsolidimin e rezultateve. Çdo fazë mbështetet në të mëparshmen, duke mundësuar përmirësime graduale dhe përshtatje sipas reagimeve në kohë reale.

Duke adresuar njëkohësisht sfidat institucionale dhe nevojat e qytetarëve, Strategjia e Komunikimit ndihmon ASHK-në të rikthejë besimin e publikut, të përmirësojë ofrimin e shërbimeve dhe ta përafrojë sistemin e regjistrimit të pronave në Shqipëri me standardet e Bashkimit Evropian.

Në përfundim, kjo Strategji Komunikimi ofron një udhërrëfyes që balancon kufizimet aktuale të ASHK-së me objektivin ambicioz të fuqizimit të qytetarëve. Struktura e saj, e bazuar në udhëzues praktikë dhe e hartuar në bashkëpunim të ngushtë me stafin e komunikimit të ASHK-së, synon të lehtësojë zbatimin e saj.

# Tabela e përmbajtjes

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PËRMBLEDHJE EKZEKUTIVE</b>                            | <b>3</b>  |
| <b>HYRJE</b>                                             | <b>7</b>  |
| <b>ARSYETIMI PËR NEVOJËN E NJË STRATEGJIE KOMUNIKIMI</b> | <b>9</b>  |
| <b>PARIMET THELBËSORE TË STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT</b>  | <b>10</b> |
| o Rikthimi i besimit publik                              | 10        |
| o Mbështetje në tranzicionin digjital                    | 10        |
| o Nxitja e gjithëpërfshirjes dhe aksesueshmërisë         | 10        |
| o Përmirësimi i ofrimit të shërbimeve                    | 11        |
| o Përafrimi me objektivat kombëtare dhe evropiane        | 11        |
| o Shfrytëzimi i partneriteteve strategjike               | 11        |
| o Garantimi i përmirësimit të vazhdueshëm                | 11        |
| <b>OBJEKTIVAT E STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT</b>           | <b>12</b> |
| o Përmirësimi i qartësisë                                | 12        |
| o Rritja e aksesueshmërisë                               | 12        |
| o Forcimi i llogaridhënies                               | 13        |
| o Nxitja e transparencës                                 | 13        |
| o Përdorimi i partneriteteve strategjike                 | 13        |
| o Sigurimi i përmirësimit të vazhdueshëm                 | 14        |
| o Mbështetje e integritetit me sistemet e tjera          | 14        |
| <b>PARIMET UDHËZUESE TË STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT</b>   | <b>15</b> |
| o Qasja e orientuar nga njerëzit                         | 15        |
| o Të qëniti i hapur                                      | 15        |
| o Gjithëpërfshirja                                       | 16        |
| o Përmirësimi i vazhdueshëm                              | 16        |
| <b>AUDIENCAT KRYESORE TË STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT</b>  | <b>17</b> |
| o Publiku i gjerë (mbajtësit e titujve të pronësisë)     | 17        |
| o Profesionistët                                         | 17        |
| o Grupet e marginalizuara                                | 17        |
| o Mediat                                                 | 18        |
| o Qeverisja vendore                                      | 18        |

|                                                                              |           |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| o Partnerët ndërkombëtarë & donatorët                                        | 18        |
| <b>MJETET &amp; KANALET E KOMUNIKIMIT</b>                                    | <b>19</b> |
| o Faqja e internetit e ASHK-së                                               | 19        |
| o Linja telefonike falas 0800 & komunikimi me email                          | 19        |
| o Rrjetet sociale (Facebook, Instagram, YouTube, etj.)                       | 20        |
| o Materialet e botuara/printuara (broshura, fletëpalosje, infografikë)       | 20        |
| o Ndërveprimi me median (tradicionale & digjitale)                           | 20        |
| o Ndërveprimi me komunitetin (workshope, njësi lëvizëse, fokus grupe)        | 21        |
| <b>QËLLIMET DHE QASJET STRATEGJIKE</b>                                       | <b>22</b> |
| o Përdorimi i gjuhës së thjeshtë                                             | 22        |
| o Ofrimi i përditësimeve të rregullta                                        | 22        |
| o Shfrytëzimi i kanaleve të shumta të komunikimit                            | 23        |
| o Nxitja e transparencës                                                     | 23        |
| <b>MONITORIMI &amp; VLERËSIMI</b>                                            | <b>24</b> |
| o Treguesit operacionalë                                                     | 24        |
| o Treguesit e ndërveprimit                                                   | 24        |
| o Treguesit e transparencës                                                  | 25        |
| <b>MEKANIZMAT E REAGIMIT</b>                                                 | <b>26</b> |
| o Anketimet                                                                  | 26        |
| o Forumet publike & fokus grupe                                              | 26        |
| o Sistemet e vlerësimit                                                      | 27        |
| o Takime informuese me stafin                                                | 27        |
| o Integrimi me objektivat strategjike                                        | 27        |
| o Shfrytëzimi i partneriteteve strategjike për mbledhje reagimesh            | 27        |
| <b>STRUKTURA AD HOC E KOMUNIKIMIT &amp; SKEMA E KOMUNIKIMIT TË BRENDSHËM</b> | <b>28</b> |
| o Struktura ad hoc e komunikimit                                             | 28        |
| o Skema e komunikimit të brendshëm                                           | 28        |
| <b>ZBUTJA E RISQVE</b>                                                       | <b>29</b> |
| <b>ROLI DHE PËRGJEGJËSITË</b>                                                | <b>31</b> |
| <b>AFATI KOHOR I ZBATIMIT TË STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT</b>                  | <b>32</b> |
| <b>SHTOJCA 1</b>                                                             | <b>33</b> |
| <b>SHTOJCA 2</b>                                                             | <b>35</b> |
| <b>SHTOJCA 3</b>                                                             | <b>37</b> |
| <b>SHTOJCA 4</b>                                                             | <b>39</b> |

# Hyrje

---

Agjencia Shtetërore e Kadastrës (ASHK) është përgjegjëse për menaxhimin e të drejtave pronësore në Shqipëri. Ajo luan një rol thelbësor në nxitjen e zhvillimit ekonomik dhe stabilitetit shoqëror. E krijuar përmes bashkimit të Zyrës së Regjistrimit të Pasurive të Paluajtshme, Agjencisë së Legalizimit dhe Agjencisë së Inventarizimit të Pasurive të Paluajtshme Shtetërore (sipas nenit 67 të ligjit “Për Kadastrën”), ASHK-së iu ngarkua detyra për thjeshtimin e procedurave, uljen e burokracisë dhe zgjidhjen e problemeve të vjetra në regjistrimin e pronave. Misioni i saj kryesor është regjistrimi i titujve pronësorë, mbajtja e regjistrave të saktë dhe garantimi i qartësisë ligjore —objektiva që janë thelbësorë për ndërtimin e besimit dhe mbështetjen e zhvillimit të Shqipërisë drejt integritetit evropian.

Që nga viti 2020, ASHK ka bërë hapa të rëndësishëm drejt transformimit digjital, duke ofruar të gjitha shërbimet kadastrale online, përmes platformës qeveritare *e-Albania*. Ky kalim synon modernizimin e sistemit të menaxhimit të pronave, duke i bërë shërbimet më efikase dhe më të aksesueshme për qytetarët. Për më tepër, ASHK po forcon integrimin e të dhënave me Regjistrin e Gjendjes Civile dhe sistemin e noterëve, duke mundësuar pranimin e akteve noteriale digjitale. Këto integritime thjeshtojnë procedurat administrative dhe përmirësojnë ndërveprimin ndërmjet agjencive qeveritare, duke krijuar një kuadër më koheziv për të drejtat pronësore.

Një shtyllë kryesore e këtij transformimi digjital është Qendra e Kadastrës Digjitale, e themeluar për të digjitalizuar dhe përmirësuar cilësinë e të dhënave kadastrale. Misioni i saj është të ofrojë akses të shpejtë dhe të besueshëm në informacionin kadastral për qytetarët, institucionet dhe palët e interesuara. Qendra përpunon një gamë të gjerë veprimtarish, përfshirë skanimin e dokumentacionit tekniko-ligjor, digjitalizimin e kartelave të pronësisë të pronave të paluajtshme, regjistrimet e para dhe përditësimet e vazhdueshme në regjistrin kadastral. Kjo nismë përmirëson efikasitetin e shërbimit dhe besueshmërinë e të dhënave në nivel kombëtar.

Shqipëria përbëhet nga 3,058 zona kadastrale. Deri më sot, procesi i regjistrimit të parë (fillestar) është përfunduar me sukses për 2,784 zona (91%), ndërsa 274 zona (9%) mbeten në proces. Si pjesë e strategjisë për përmbylljen e këtij procesi, qeveria planifikon të finalizojë regjistrimin e 15 zonave (0.5%) deri në qershor 2025 dhe 108 zonave (3.5%) deri në qershor 2026, me mbështetje financiare nga buxheti i shtetit. Në atë kohë, pritet të ketë përfunduar 95% e zonave kadastrale, duke lënë më pak se 5% (151 zona) të papërfunduara.

Sistemi kadastral i vendit përfshin 4,076,000 kartela pronësie, prej të cilave 1,733,500 (43%) janë tashmë të digjitalizuara. Për të përmbushur objektivat e digjitalizimit, është planifikuar digjitalizimi i 1,586,500 kartelave të tjera (39%) deri në dhjetor 2025, i pasuar nga 756,000 kartela (18.5%) deri në qershor 2026. Për të ruajtur cilësinë e shërbimeve, transaksionet ditore vazhdojnë të digjitalizohen në kohë reale nga drejtoritë vendore. Me rritjen e numrit të kartelave të pronësisë gjatë regjistrimeve në vazhdim, Qendra e Kadastrës Digjitale mbetet e përkushtuar, si në digjitalizimin në masë, ashtu edhe në ruajtjen e regjistrave historikë të pronave. Pritet që digjitalizimi i plotë i të dhënave kadastrale në shkallë kombëtare të përfundojë deri në qershor 2026, duke garantuar akses të plotë digjital në regjistrin e tokës në Shqipëri.

Qendra e Kadastrës Digjitale forcon ndjeshëm kapacitetet e ASHK-së për menaxhimin e regjistrave të pronësisë, duke siguruar njëkohësisht akses të barabartë në shërbimet digjitale në të gjitha rajonet. Me shfrytëzimin e teknologjive të përparuara dhe krijimin e partneriteteve strategjike—si bashkëpunimi me Shoqatën e Gjeodetëve për të verifikuar matjet digjitale nga inxhinierë të licencuar gjeodetë—Qendra garanton saktësi dhe besueshmëri të vazhdueshme të të dhënave kadastrale. Për më tepër, ASHK është në pritje të miratimit të projekteve të mbështetura nga BE-ja, të cilat synojnë arritjen e digjitalizimit 100% të hartave kadastrale dhe përmirësimin e menaxhimit të të dhënave për 20% të zonave kadastrale. Këto projekte janë thelbësore

për forcimin e infrastrukturës digjitale të Shqipërisë dhe sigurimin e një mbulimi të plotë të të dhënave në të gjithë vendin.

Aktualisht, shërbimet kadastrale në zonat urbane janë të shpejta dhe plotësisht digjitale. Megjithatë, në zonat rurale dhe pa burime të pamjaftueshme, shërbimet ndonjëherë vonohen për shkak se digjitalizimi bëhet rast pas rasti. Për t'a adresuar këtë disnivel dhe për të garantuar cilësi të njëjtë shërbimesh kudo, Qendra e Kadastrës Digjitale po përshpejton procesin e digjitalizimit në këto zona. Kjo nismë synon të pakësojë vonesat dhe të sigurojë që të gjithë qytetarët të përfitojnë njësoj nga shërbimet digjitale të ASHK-së.

ASHK ka trashëguar një sistem të ndërlikuar dhe shpesh jofunksional të menaxhimit të të drejtave pronësore. Gjatë regjimit komunist, pronësia mbi tokën ishte kolektivizuar, duke trashëguar pak ose aspak dokumentacion në cilësi individuale. Reformat pas rënies së regjimit, përfshirë privatizimin, kthimin dhe kompensimin e pronave si dhe ligjin e shumë diskutuar nr. 7501, tentuan të korrigjojnë padrejtësitë historike, por shpeshherë krijuan pretendime të mbivendosura ndaj pronës dhe regjistra me të dhëna kontradiktore. Këto sfida sistemike, të kombinuara me mjete të vjetruara dhe politika të papërputhshme, gërryen në thelb besimin e publikut tek sistemi i të drejtave pronësore.

Për të kapërcyer këto vështirësi, ASHK ka zbatuar reforma kyçe, të fokusuara në digjitalizimin e regjistrave të pronësisë dhe përdorimin e teknologjive të përparuara, si hartografia satelitore, për të përmirësuar saktësinë e të dhënave dhe efikasitetin. Duke i dhënë përparësi aksesit në internet mbi regjistrat, ASHK synon të minimizojë ndërveprimet e drejtpërdrejta me zyrtarët, të pakësojë mundësitë për korrupsion dhe të rindërtojë besimin publik. Përmes platformave si *e-Albania* dhe integritit me sisteme të tjera kyçe, agjencia po përmirëson kapacitetet operative dhe siguron që proceset e regjistrimit të pronave të jenë transparente dhe të thjeshta për t'u përdorur nga përdoruesit.

Duke njohur rëndësinë e një komunikimi të qartë në këtë proces ambicioz transformimi, ASHK ka bashkëpunuar me projektin e Bashkimit Evropian dhe Këshillit të Evropës "Mbrojtja e të drejtës së pronës dhe lehtësimi i ekzekutimit të vendimeve të GJEDNJ-së në Shqipëri" për të zhvilluar një strategji gjithëpërfshirëse komunikimi. Strategjia fokusohet në ndërveprimin e qëndrueshëm dhe transparent me publikun, duke pasqyruar angazhimin e Agjencisë për të adresuar sfidat e trashëguara nëpërmjet masave të drejtpërdrejta dhe efikase. Duke nxitur komunikimin e hapur dhe duke përdorur mjetet digjitale, ASHK synon të rindërtojë besimin publik, të përmirësojë ofrimin e shërbimeve dhe ta përafrtojë sistemin e regjistrimit të pronave në Shqipëri me standardet e Bashkimit Evropian.

# Arsyetimi për nevojën e një strategjie komunikimi

---

Agjencia Shtetërore e Kadastrës (ASHK) është duke kaluar në një transformim të madh, duke përqafuar plotësisht digjitalizimin për të modernizuar menaxhimin e të drejtave pronësore në Shqipëri. Ky ndryshim nuk është thjesht një përmirësim teknologjik, por një ndryshim themelor, që synon rritjen e efikasitetit të shërbimit, transparencës dhe aksesueshmërisë. Në qendër të kësaj përpjekjeje qëndron Qendra e Kadastrës Digjitale, e fokusuar në digjitalizimin e dokumentacionit tekniko-ligjor dhe të kartelave të pronësisë për pronat e paluajtshme, si dhe integrimin me sisteme të tilla si Regjistri i Gjendjes Civile dhe sistemi i noterëve. Këto përpjekje synojnë të krijojnë një kuadër më koherent dhe të besueshëm për menaxhimin e të drejtave pronësore.

Duke qenë se reformat po zhvillohen në një shkallë të gjerë, një strategji solide komunikimi është thelbësore për të informuar dhe angazhuar qytetarët, bizneset dhe palët e tjera të interesuara. Mangësitë historike, ofrimi i dobët i shërbimeve dhe mungesa e transparencës e kanë minuar besimin e publikut, çka e bën të domosdoshme për ASHK-në rivendosjen e reputacionit të saj përmes komunikimit të rregullt dhe të qartë. Po ashtu, projekti ambicioz i mbështetur nga BE-ja për të arritur digjitalizimin në 100% të hartave kadastrale dhe përmirësimit të dhënave për 20% të zonave kadastrale nënvizon shkallën e reformave në vazhdim. Komunikimi efektiv do të sigurojë që palët e interesuara ta kuptojnë dhe ta përdorin me besim këtë sistem të ri digjital.

Krijimi i Qendrës së Kadastrës Digjitale, e cila synon të zbusë pabarazitë rajonale në ofrimin e shërbimeve, nënvizon edhe më shumë nevojën për komunikim të synuar. Zonat rurale dhe ato më në nevojë, të cilat hasin vonesa për shkak se digjitalizimi atje bëhet rast pas rasti, kanë nevojë për vëmendje të veçantë për të garantuar akses të besueshëm në shërbimet digjitale. Strategjia e komunikimit duhet t'a adresojë këtë hendek digjital, duke ofruar informacion dhe mbështetje të personalizuar për këto komunitete, në mënyrë që përfitimet e transformimit digjital të jenë të prekshme për të gjithë.

Në përmbledhje, strategjia e komunikimit është një komponent vendimtar i nismës së ASHK-së për digjitalizim, duke u siguruar që palët e interesuara të jenë të informuara, të angazhuara dhe të pajisura për të përdorur në mënyrë efektive sistemet e reja. Ajo merr në analizë sfidat historike, ndërton besimin dhe krijon një bazë transparence dhe llogaridhënieje për të mbështetur misionin dhe objektivat e ASHK-së.

# Parimet thelbësore të strategjisë së komunikimit

Agjencia Shtetërore e Kadastrës (ASHK) e kupton se komunikimi efektiv është kyç për suksesin e transformimit të saj digjital dhe për misionin e saj më të gjerë në modernizimin e menaxhimit të të drejtave pronësore në Shqipëri. Strategjia e komunikimit udhëhiqet nga disa parime thelbësore, të cilat adresojnë sfidat specifike me të cilat ballafaqohet agjencia dhe mbështesin objektivat afatgjata të saj.

## 1. RIKTHIMI I BESIMIT PUBLIK

Rikthimi i besimit është vendimtar për shkak të problemeve historike të efikasitetit dhe mungesës së transparencës, të cilat kanë minuar besimin publik te ASHK-ja. Strategjia fokusohet tek komunikimi i qartë dhe i qëndrueshëm për të demonstruar angazhimin e ASHK-së ndaj transparencës dhe llogaridhënies. Duke përditësuar rregullisht publikun për progresin e reformave digjitale dhe duke evidentuar sesi këto ndryshime përmirësojnë eficiencën e shërbimit, ASHK synon të rindërtojë reputacionin e saj si një institucion i besueshëm dhe i drejtë.

## 2. MBËSHTETJE NË TRANZICIONIN DIGJITAL

Kalimi drejt shërbimeve digjitale kërkon një ndërgjegjësim dhe edukim të gjerë publik. Strategjia e komunikimit mbështet këtë tranzicion duke ofruar udhëzime të detajuara mbi mënyrën e përdorimit të mjeteve të reja digjitale, duke garantuar që të gjithë përdoruesit—pavarësisht nga niveli i tyre i njohurive teknike—të mund të angazhohen në mënyrë efektive me shërbimet e ASHK-së. Kjo përfshin ofrimin e materialeve mësimore, pyetjeve të përdorura më shpeshta (FAQ) dhe përditësimeve në kohë reale për të nxitur një proces përshtatjeje sa më të lehtë dhe gjithëpërfshirës.

## 3. NXITJA E GJITHËPËRFSHIRJES DHE AKSESUESHMËRISË

Strategjia i jep përparësi gjithëpërfshirjes dhe aksesueshmërisë për t'iu përgjigjur nevojave të ndryshme të popullatës shqiptare. Përpjekje të veçanta bëhen për t'u siguruar që shërbimet digjitale të arrijnë zonat rurale dhe grupet e marginalizuara, të cilat mund të përballen me pengesa teknologjike. Kjo përfshin dërgimin e skuadrave lëvizëse për të përshpejtuar digjitalizimin në zonat në nevojë dhe ofrimin e metodave alternative mbështetëse, si asistencë fizike dhe materiale të printuara. Masa të tilla synojnë t'i bëjnë shërbimet digjitale të aksesueshme për të gjithë qytetarët.

#### 4. PËRMIRËSIMI I OFRIMIT TË SHËRBIMEVE

Sistemet efektive të komunikimit janë thelbësore për të zvogëluar ngatërresat e mundshme dhe minimizuar vonesat në shërbime. Duke ofruar udhëzime dhe sqarime të qarta, strategjia rrit nivelin e efikasitetit, si të staftit të ASHK-së, ashtu edhe të shërbimeve të ofruara për publikun. Ky parim është ngushtësisht i lidhur me përpjekjet e digjitalizimit në Qendrën e Kadastrës Digjitale, e cila i thjeshton procedurat e regjistrimit të pronës duke siguruar që shërbimet të kryhen në mënyrë të saktë dhe në kohë.

#### 5. PËRAFRIMI ME OBJEKTIVAT KOMBËTARE DHE EVROPIANE

Strategjia e komunikimit është e përafuar me objektivat kombëtare të zhvillimit të Shqipërisë dhe me synimin e Këshillit të Evropës për fuqizimin e qytetarëve. Duke siguruar që standardet e regjistrimit të pronave të përmbushin praktikatat e qeverisjes evropiane, ASHK-ja mbështet integrimin e Shqipërisë në strukturat evropiane. Ky përafrim promovon praktikatat e qeverisjes së mirë dhe është thelbësor për arritjen afatgjatë të transparencës, efikasitetit dhe llogaridhënies në menaxhimin e të drejtave pronësore.

#### 6. SHFRYTËZIMI I PARTNERITETEVE STRATEGJIKE

Partneritetet e ASHK-së janë thelbësore për Strategjinë e Komunikimit. Këto partneritete e përmirësojnë besueshmërinë dhe saktësinë e të dhënave kadastrale duke garantuar që matjet digjitale të kryhen nga profesionistë të licencuar. Komunikimi i rolit dhe përfitimeve të këtyre bashkëpunimeve forcon besimin publik, duke ndihmuar palët e interesuara të kuptojnë vlerën e reformave në vazhdim.

#### 7. GARANTIMI I PËRMIRËSIMIT TË VAZHDUESHËM

Strategjia e komunikimit është konceptuar për të qenë dinamike dhe në përshtatje, duke u fokusuar tek përmirësimi i vazhdueshëm. Me anë të mekanizmave të qartë për monitorim dhe vlerësim, ASHK mund të vlerësojë rregullisht efektivitetin e përpjekjeve të saj të komunikimit dhe të bëjë rregullime sipas nevojës. Kjo qasje siguron që strategjia të mbetet e përgjegjshme ndaj nevojave dhe sfidave të reja përgjatë procesit të transformimit digjital.

# Objektivat e strategjisë së komunikimit

Strategjia e Komunikimit e Agjencisë Shtetërore të Kadastrës (ASHK) synon të përmirësojë mënyrën se si Agjencia ndërvepron me qytetarët dhe palët e interesuara. Duke vënë theks te qartësia, aksesueshmëria, llogaridhënia dhe transparenca, strategjia adreson sfidat e trashëguara, forcon besimin, thjeshton proceset dhe siguron që publiku i kupton dhe i përfiton përfitimet e reformave në vazhdim. Më poshtë paraqiten objektivat kyçe dhe hapat që nevojiten për t'i arritur ato.

## PËRMIRËSIMI I QARTËSISË

**Pse është e rëndësishme:** Historikisht, ASHK dhe institucionet pararendëse kanë përdorur një gjuhë shumë formale dhe teknike, duke i bërë procedurat e regjistrimit të pronave të vështira për t'u kuptuar. Kjo ka çuar në konfuzion, gabime, vonesa dhe mundësi për abuzime ose korrupsion. Komunikimi i dobët sa i takon dokumenteve të nevojshme, kritereve dhe hapave ka shkaktuar zhgënjim si tek qytetarët, ashtu edhe tek bizneset.

**Si ndihmon kjo:** Thjeshtimi i gjuhës dhe paraqitja e informacionit në mënyrë të qartë u lejon qytetarëve të kuptojnë më mirë proceset e regjistrimit të pronës. Komunikimi i qartë kursen kohë, pakëson gabimet dhe rrit besimin e publikut në funksionimin e ASHK-së.

### Hapat kryesorë:

- **Prodhimi i materialeve në një gjuhë të thjeshtë:** Rishikimi i të gjitha formave, udhëzimeve dhe njoftimeve, duke përdorur gjuhë të drejtpërdrejtë dhe të kuptueshme.
- **Zhvillimi i modeleve standarde:** Krijimi i formateve të unifikuara për shkresat zyrtare, email-et dhe komunikimet e tjera.
- **Trajnimi i stafit:** Pajisja e punonjësve me aftësitë për të shpjeguar procedurat qartë dhe saktë.

## RRITJA E AKSESUESHMËRISË

**Pse është e rëndësishme:** Jo të gjithë qytetarët shqiptarë kanë të njëjtin akses në teknologji apo aftësinë për të lundruar në platformat digjitale. Zonat rurale mund të kenë kufizime në internet, si dhe disa qytetarë—si të moshuarit apo grupet e marginalizuara—mund të kenë nevojë për mënyra alternative për të kontaktuar me ASHK-në.

**Si ndihmon kjo:** Një qasje me shumë kanale siguron që askush të mos mbetet pas. Duke ofruar shërbime nëpërmjet mënyrave të ndryshme—përfshirë linjat telefonike, platformat online, materialet e shtypura dhe asistencën e drejtpërdrejtë—ASHK mund t'i bëjë shërbimet e saj të aksesueshme për këdo, pavarësisht vendndodhjes apo mundësive të tyre.

#### Hapat kryesorë:

- **Zgjerimi i komunikimit në shumë kanale:** Përmirësimi i mjeteve digjitale, si faqja e internetit e ASHK-së, duke ofruar njëkohësisht linjën telefonike pa pagesë, materiale të botuara dhe shërbime të domosdoshme fizikisht.
- **Ndërveprimi në nivel lokal:** Dërgimi i stafit në zonat rurale përmes zyrave vendore ose njësive lëvizëse, për të siguruar mbulim më të gjerë.
- **Qasja gjithëpërfshirëse:** Ofrimi i burimeve për individët me aftësi të kufizuara ose me pengesa gjuhësore, si tekste të printuara me gërma të mëdha, ose video në gjuhën e shenjave.

### FORCIMI I LLOGARIDHËNIES

**Pse është e rëndësishme:** Qytetarët shpesh përballen me vonesa, afate të paqarta dhe konfuzion për sa i takon instancës apo personit që duhet të kontaktojnë lidhur me aplikimet e tyre. Këto çështje dëmtojnë besimin dhe ulin besueshmërinë e ASHK-së.

**Si ndihmon kjo:** Caktimi i përgjegjësive të qarta për secilën fazë të procesit të aplikimit dhe përcaktimi i afateve të arsyeshme ndihmon qytetarët të kuptojnë statusin e aplikimit të tyre dhe kë duhet të kontaktojnë për asistencë. Kjo nxit besim më të madh në institucion.

#### Hapat kryesorë:

- **Hartëzimi i proceseve:** Përcaktimi i qartë i çdo hapi në procesin e aplikimit dhe përcaktimi i përgjegjësisë për secilin departament.
- **Krijimi i një sistemi ankesash:** Zhvillimi i një sistemi të thjeshtë e miqësor për dërgimin dhe ndjekjen e ankesave, me udhëzime të qarta për zgjidhjen e tyre.

### NXITJA E TRANSPARENCËS

**Pse është e rëndësishme:** Transparenca është thelbësore për ndërtimin e besimit dhe luftimin e perceptimeve mbi nivelin e dobët të efikasitetit apo korrupsionit. Qytetarët kanë më shumë gjasa t'i besojnë punës së Agjencisë, kur shohin të dhëna lidhur me performancën dhe ecurinë e aplikimeve.

**Si ndihmon kjo:** Publikimi i informacionit kyç, si kohët mesatare të përpunimit, tregon përkushtimin e ASHK-së ndaj hapjes. Kjo rrit llogaridhënien dhe inkurajon përfshirjen konstruktive të qytetarëve dhe palëve të interesuara.

#### Hapat kryesorë:

- **Publikimi i treguesve të performancës:** Ndajini të dhënat mbi ecurinë e aplikimeve, kohët mesatare të përfundimit etj., përmes faqes në internet dhe raporteve periodike.
- **Organizimi i forumeve publike:** Seanca të rregullta informimi dhe diskutimi, ku qytetarët dhe shoqëria civile mund të parashirojnë pyetje dhe të japin komente.

### PËRDORIMI I PARTNERITETEVE STRATEGJIKE

**Pse është e rëndësishme:** Bashkëpunimet me organizata si Shoqata e Gjeodetëve dhe partnerë të tjerë strategjikë janë thelbësore për përmirësimin e saktësisë së të dhënave, efikasitetit së shërbimit dhe besueshmërisë së përgjithshme të informacionit kadastral.

**Si ndihmon kjo:** Komunikimi i këtyre partneriteteve thekson përkushtimin e ASHK-së ndaj cilësisë dhe forcon besimin. Duke treguar përpjekje të përbashkëta, Agjencia siguron që palët e interesuara ta kuptojnë vlerën dhe të mbështesin reformat në vazhdim.

#### Hapat kryesorë:

- **Promovimi i rezultateve të partneriteteve:** Ndarja e historive të suksesit dhe rezultateve pozitive të bashkëpunimeve përmes kanaleve të ndryshme të komunikimit.

- **Zhvillimi i nismave të përbashkëta:** Bashkëpunimi me partnerët për krijimin e materialeve të unifikuara të komunikimit dhe shfrytëzimi i ekspertizës së tyre.

## SIGURIMI I PËRMIRËSIMIT TË VAZHDUESHËM

**Pse është e rëndësishme:** Procesi i transformimit digjital është dinamik, me nevoja të reja të qytetarëve dhe sfida që dalin herë pas here. Një strategji e pandryshueshme rrezikon të dalë jashtë mode dhe të bëhet joefektive.

**Si ndihmon kjo:** Krijimi i mekanizmave për mbledhjen e vazhdueshme të reagimeve dhe vlerësimeve periodike i lejon ASHK-së të përshtatë përpjekjet e komunikimit për t'iu përgjigjur zhvillimeve të reja. Kjo siguron që strategjia të mbetet efektive me kalimin e kohës.

**Hapat kryesorë:**

- **Mundësimi i kanaleve për shkëmbime:** Mbledhja e opinioneve nga qytetarët përmes anketave, analizave dhe forumeve publike, për të përmirësuar vazhdimisht materialet dhe qasjet në komunikim.
- **Rishikime periodike:** Vlerësimi në intervale të rregullta i efektivitetit të strategjisë së komunikimit dhe përditësimi i saj bazuar në të dhënat e performancës dhe reagimet e palëve të interesuara.
- **Inkurajimi i inovacionit:** Nxitja e një kulture përmirësimi të vazhdueshëm përmes përdorimit të veglave, teknikave dhe metodave të reja të komunikimit.

## MBËSHTETJE E INTEGRIMIT ME SISTEMET E TJERA

**Pse është e rëndësishme:** Integrimi i shërbimeve të ASHK-së me Regjistrin e Gjendjes Civile dhe sistemin e noterëve është thelbësor për lehtësimin e transaksioneve pronësore dhe rritjen e efijencës së përgjithshme.

**Si ndihmon kjo:** Një komunikim efektiv mbi këto integritime ndihmon palët e interesuara të kuptojnë proceset dhe përfitimet e reja, duke lehtësuar kalimin dhe përdorimin më të mirë të shërbimeve të integruara.

**Hapat kryesorë:**

- **Edukimi i palëve të interesuara:** Ofrimi i udhëzimeve të plota dhe tutorialeve mbi mënyrën se si funksionon integrimi i sistemeve dhe përfitimet që sjellin.
- **Promovimi i proceseve të unifikuara:** Theksimi i efijencës së përmirësuar dhe procedurave të thjeshtuara, rezultat i këtyre integritimeve, në të gjitha komunikimet.
- **Komunikimi i përditësimeve të vazhdueshme:** Ndarja e informacionit periodik mbi ecurinë dhe ndikimin e integritimeve për të ruajtur transparencën dhe besimin.

# Parimet udhëzuese të strategjisë së komunikimit

Parimet udhëzuese përcaktojnë vlerat bazë që formësojnë Strategjinë e Komunikimit të Agjencisë Shtetërore të Kadastrës (ASHK). Këto parime—qasja e orientuar tek qytetari, të qënit i hapur, përfshirja dhe përmirësimi i vazhdueshëm—janë thelbësore për t'u siguruar që misioni i ASHK-së të mbetet i fokusuar tek qytetarët dhe të jetë efektiv.

## QASJA E ORIENTUAR NGA NJERËZIT

ASHK i jep përparësi nevojave të qytetarëve në proceset, mjetet dhe kanalet e komunikimit të saj. Duke njohur se përdoruesit kanë aftësi, sfond kulturor dhe kohë të ndryshme në dispozicion, Agjencia projekton shërbimet e saj për t'u përshtatur me këto diferenca. Kjo përfshin shfrytëzimin e mjeteve digjitale, për të ofruar akses të lehtë në shërbime, duke siguruar ndërkohë që iniciativat e Qendrës të Kadastrës Digjitale të jenë të aksesueshme për të gjithë, përfshirë zonat rurale.

### Hapat kryesorë:

- **Thjeshtimi i proceseve:** Reduktimi i kompleksitetit duke thjeshtuar procedurat e aplikimit dhe regjistrimit.
- **Komunikimi empatik:** Trajnimi i stafit për t'u qasur çështjeve pronësore me mirëkuptim, duke vlerësuar rëndësinë emocionale që ka prona për individët dhe familjet.

**Pse është e rëndësishme:** Duke adresuar shqetësimet e zakonshme, si udhëzime të paqarta dhe procese komplekse, ASHK demonstroi përkushtimin e saj për t'u shërbyer qytetarëve. Kur qytetarët ndihen të mbështetur dhe të kuptuar, skepticizmi pakësohet dhe rritet besimi në agjenci.

## TË QËNIT I HAPUR

Të qënit i hapur është thelbësore për nxitjen e besimit dhe sigurimin e llogaridhënies. Ajo nënkupton komunikim transparent rreth funksionimit të ASHK-së, kërkesave ligjore dhe vendimeve të saj. Agjencia njofton në mënyrë proaktive qytetarët për ndryshimet që i prekin ata, përfshirë progresin në nismat për digjitalizim dhe integrimin me të dhënat e Regjistrat për Gjendjen Civile e noterët.

### Hapat kryesorë:

- **Garantimi i aksesit publik në informacion:** Publikimi i detajeve të qarta mbi rregulloret, procedurat dhe tarifatat (përveç rasteve kur kërkohet konfidencialitet).
- **Ndarja e përditësimeve në kohë reale:** Informimi i publikut për çdo ndryshim politikash apo procedurash që mund të ndikojë në aplikimet apo shërbimet e tyre.

**Pse është e rëndësishme:** Të qënit i hapur ndihmon në krijimin e një kulture besimi dhe llogaridhënieje. Kur qytetarët kanë akses në informacion të besueshëm, pakësohen keqkuptimet dhe rritet besimi në integritetin e institucionit.

## GJITHËPËRFSHIRJA

Përfshirja siguron që të gjithë, pa dallim niveli arsimor, gjuhe, vendndodhjeje apo aftësie fizike, të mund të aksesojnë dhe të përfitojnë nga shërbimet e ASHK-së. Përmes Qendrës Digjitale të Kadastrës, ASHK zgjeron shërbimet e saj në zonat e paprivileguara, duke projektuar njëkohësisht mjete digjitale që i përshtaten segmenteve të ndryshme të popullsisë, përfshirë personat me aftësi të kufizuara ose me akses të kufizuar në teknologji.

### Hapat kryesorë:

- **Sigurimi i materialeve të aksesueshme:** Përdorimi i udhëzuesve vizivë, videove të shkurtra dhe ilustrimeve hap-pas-hapi për qytetarët me nivel të kufizuar shkrim-leximi.
- **Ofrimi i burimeve në gjuhë të ndryshme:** Përkthimi i dokumenteve kyçe në gjuhët e pakicave, sipas nevojës.
- **Investim në ndërvëprimin nlokal:** Vendosja e sporteleve të posaçme ndihmëse, njësi të ekipeve lëvizëse ose organizimi i takimeve informuese në komunitete me vendndodhje të largëta.

**Pse është e rëndësishme:** Disa grupe, veçanërisht ato në zona të largëta ose ato të marginalizuara, janë përballur historikisht me pengesa të mëdha në marrjen e shërbimeve mbi pronën. Përfshirja i kapërcen këto pengesa duke përshtatur komunikimin dhe mbështetjen ndaj nevojave të tyre.

## PËRMIRËSIMI I VAZHDUESHËM

ASHK vlerëson se strategjitë e komunikimit duhet të evoluojnë në mënyrë që të mbetren efektive. Agjencia i përshtat vazhdimisht metodat e saj të komunikimit ndaj sfidave, ndryshimeve ligjore dhe kërkesave të reja të qytetarëve. Kjo përfshin përmirësimin e platformave digjitale, mbledhjen e reagimeve dhe krijimin e partneriteteve strategjike për të siguruar që praktikatat e komunikimit të jenë të freskëta dhe efektive.

### Hapat kryesorë:

- **Shfrytëzimi i mekanizmave të reagimit/ndërvëprimit:** Mbledhja e opinioneve përmes anketave, analizave dhe forumeve për të përmirësuar materialet, platformat dhe protokollet e shërbimit.
- **Fuqizimi i stafit:** Nxitja e punonjësve të sugjerojnë përmirësime dhe të identifikojnë problematika në ofrimin e shërbimeve.

**Pse është e rëndësishme:** Komunikimi efektiv është një proces dinamik. Duke përditësuar rregullisht mjetet dhe praktikatat, ASHK siguron që përpjekjet e saj të komunikimit të mbeten të qëndrueshme, të rëndësishme dhe të përqendruara tek qytetarët.

# Audienat kryesore të strategjisë së komunikimit

Përpjekjet e ASHK-së për komunikim duhet të përshtaten me nevojat e grupeve të ndryshme të audiencës. Secili grup ka nevoja, tone dhe kanale komunikimi të ndryshme, për të siguruar një ndërveprim efektiv.

## 1. PUBLIKU I GJERË (MBAJTËSIT E TITUJVE TË PRONËSISË)

Ky grup përfshin individët që ndërveprojnë me ASHK-në për regjistrim toke, legalizim dhe çështje të tjera të lidhura me pronën e tyre.

**Konsiderata kryesore:** Duke qenë se ASHK po kalon në shërbime digjitale, nevojitet një komunikim i qartë për të ndihmuar mbajtësit e titujve të pronësisë të mësojnë si të përdorin shërbimet online. Është thelbësore thjeshtimi i proceseve komplekse dhe ofrimi i udhëzimeve për blerësit e pronave për herë të parë, familjet që kërkojnë legalizim si dhe ata që duan të përditësojnë regjistrat.

**Pse është e rëndësishme:** Duke iu përgjigjur nevojave të publikut me informacion të lehtë për t'u përdorur dhe duke mbështetur aksesin digjital, ASHK pakëson gabimet, përmirëson besimin dhe inkurajon përdorimin e shërbimeve të saj. Kjo siguron që si mbajtësit e titujve të pronësisë në zonat urbane, ashtu edhe ata në zonat rurale, të përfitojnë njësoj nga procedurat e thjeshtuara të menaxhimit të pronave.

## 2. PROFESIONISTËT

Kjo audiencë përfshin avokatë, noterë, arkitektë, gjeodetë, organizata të shoqërisë civile, dhoma avokatie, banka, shoqata biznesi dhe agjentë të pasurive të paluajtshme, të cilët bashkëpunojnë shpesh me ASHK-në.

**Konsiderata kryesore:** Këta aktorë kërkojnë informacione të përditësuara rreth rregulloreve dhe ndryshimeve të politikave, sidomos për integrimin e Regjistratit të Gjendjes Civile dhe sistemit të noterëve. ASHK duhet të ofrojë përditësime përmes buletineve dhe të vendosë në dispozicion portale apo mjete të posaçme, që lehtësojnë transaksionet.

**Pse është e rëndësishme:** Komunikimi efektiv me profesionistët siguron bashkëpunim të qëndrueshëm, duke u mundësuar atyre t'u shërbejnë klientëve me efikasitet dhe duke promovuar objektivat operacionale të ASHK-së. Përmes bashkëpunimit me organizata si Shoqata e Gjeodetëve, ASHK përmirëson besueshmërinë dhe saktësinë e shërbimeve të saj.

## 3. GRUPET E MARGJINALIZUARA

Kjo kategori përfshin individët me nivel të ulët arsimor, aftësi të kufizuara, ose me akses të kufizuar në internet, si dhe komunitetet e pakicave dhe grupet me vështirësi ekonomike.

**Konsiderata kryesore:** ASHK përdor materiale komunikimi gjithëpërfshirëse, si dokumente me gërma të mëdha, video me gjuhën e shenjave dhe përkthime në gjuhët e pakicave. Bashkëpunimi me OJF-të dhe organizatat me lidhje në komunitet është jetik për të arritur aksesin zonat e largëta dhe ato me burime të pamjaftueshme.

**Pse është e rëndësishme:** Adresimi i nevojave të grupeve të marginalizuara siguron akses të barabartë në shërbimet e pronësisë. Qendra e Kadastrës Digjitale luan një rol kyç në kapërcimin e hendekut digjital, duke ofruar mbështetje thelbësore për komunitetet e lëna pas.

#### 4. MEDIAT

Kjo audiencë përfshin median tradicionale (gazeta, TV, radio) dhe platformat digjitale (faqe lajmesh online, influencerë të rrjeteve sociale) që ndikojnë në perceptimet e publikut ndaj ASHK-së.

**Konsiderata kryesore:** ASHK duhet të lëshojë njoftime për shtyp dhe të organizojë takime informuese për mediat, duke ofruar informacion të saktë mbi reformat dhe transformimin digjital. Rrjetet sociale janë gjithashtu thelbësore për të luftuar keqinformimin dhe për të ofruar përditësime në kohë reale.

**Pse është e rëndësishme:** Bashkëpunimi me median siguron shpërndarjen e qëndrueshme të mesazheve mbi reformat që po ndërmerr ASHK-ja, ndihmon në menaxhimin e pritshmërive të publikut dhe forcon besueshmërinë e Agjencisë. Komunikimi transparent për nismat digjitale forcon përkushtimin e institucionit ndaj modernizimit dhe llogaridhënies.

#### 5. QEVERISJA VENDORE

Zyrat vendore në bashki bashkëpunojnë me ASHK-në për çështje që lidhen me planifikimin urban, regjistrimet e taksave dhe planifikimin e përdorimit të tokës, duke shërbyer shpesh si pika e parë e kontaktit për qytetarët.

**Konsiderata kryesore:** Ofrimi i informacionit të qartë dhe të unifikuar ndihmon stafin bashkiak të adresojë sa më saktë kërkesat e qytetarëve. Përditësimet e rregullta për të dhënat dhe politikat mbështetin planifikimin dhe administrimin vendor.

**Pse është e rëndësishme:** Koordinimi i fortë me qeverisjen vendore siguron që qytetarët të marrin informacion të saktë dhe të besueshëm, duke forcuar besimin në të gjithë sistemin e të drejtave pronësore. Përpjekjet e digjitalizimit të Qendrës Digjitale të Kadastrës forcojnë administrimin vendor përmes të dhënave të sakta dhe në kohë.

#### 6. PARTNERËT NDËRKOMBËTARË & DONATORËT

Ky grup përfshin Këshillin e Evropës, donatorët dypalësh dhe shumëpalësh, si dhe OJF-të që mbështesin reformat e të drejtës së pronës në Shqipëri.

**Konsiderata kryesore:** ASHK duhet të ndajë informacion dhe raporte të qarta mbi progresin e reformave për të ruajtur mbështetjen e partnerëve ndërkombëtarë. Theksimi i përmirësimeve të matshme dhe ndarja e vizionit të Agjencisë inkurajojnë vazhdimësinë e asistencës financiare dhe teknike.

**Pse është e rëndësishme:** Ruajtja e marrëdhënieve të forta me partnerët ndërkombëtarë garanton burime dhe ekspertizë thelbësore për avancimin e përpjekjeve të modernizimit të ASHK-së. Komunikimi transparent siguron përafrim me standardet evropiane dhe mbështetje të vazhdueshme për reformat e të drejtave pronësore.

# Mjetet & kanalet e komunikimit

---

Për të mbështetur objektivat e ASHK-së për qartësi, aksesueshmëri, llogaridhënie dhe transparencë, është i domosdoshëm një kombinim i mjeteve tradicionale dhe moderne të komunikimit. Ndërkohë që linja telefonike falas 0800 dhe email-i mbeten thelbësore, zgjerimi i ndërveprimit nëpërmjet rrjeteve sociale dhe bashkëpunimit me median do të rrisë ndërveprimin me audienca të ndryshme. Kjo qasje e ekuilibruar siguron komunikim efektiv me përdorues me njohuri teknologjike të ndryshme.

## FAQJA E INTERNETIT E ASHK-SË

Faqja e internetit është gurthemeli i përpjekjeve digjitale të komunikimit të ASHK-së.

### Veprimet e propozuara:

- **Riprojektim për përdorshmërinë:** Sigurimi i një navigimi intuitiv me udhëzime të lehta “Si të bëhet...”, formularë aplikimi dhe FAQ të aksesueshme. Fokus në skicimin miqësor për pajisjet telefonike/mobile.
- **Përdorimi i një gjuhe të thjeshtë:** Shpalosja e udhëzimeve me hapa të qartë, afateve kohore dhe informacionit kyç në formë të kuptueshme.

**Pse është e rëndësishme:** Një faqe interneti e strukturuar mirë është thelbësore për të pakësuar konfuzionin dhe për të rritur eficiencën e shërbimit, veçanërisht teksa ASHK lëviz drejt digjitalizimit të plotë.

## LINJA TELEFONIKE FALAS 0800 & KOMUNIKIMI ME EMAIL

Linja telefonike falas dhe email-i mbeten kanale kyçe komunikimi direkt për qytetarët.

### Veprimet e propozuara:

- **Fuqizimi i stafit:** Trajnimi i operatorëve të qendrës telefonike për të ofruar informacion të saktë dhe të përditësuar.
- **Përdorimi i treguesve të performancës:** Gjurmimi i kohës së pritjes, normave të zgjidhjes së kërkesave dhe kënaqësisë së qytetarëve përmes sondazheve.
- **Përmirësimi i mbështetjes nëpërmjet komunikimit me email:** Krijimi i përgjigjeve automatike për konfirmimin e marrjes së email-it dhe sigurimi i përgjigjeve në kohë.

**Pse është e rëndësishme:** Kanale komunikimi të aksesueshme dhe pa pagesë rrisin besimin, duke garantuar që qytetarët të ndihen të dëgjuar dhe të mbështetur.

## RRJETET SOCIALE (FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, ETJ.)

Rrjetet sociale ofrojnë një platformë dinamike dhe interaktive për ndërveprim dhe shpërndarje informacioni.

### Veprimet e propozuara:

- **Investimi në krijimin e përmbajtjes:** Publikimi i videove informuese, historive të suksesit, infografikëve dhe përditësimeve mujore.
- **Nxitja e ndërveprimit interaktiv:** Caktimi i stafit përgjegjës për menaxhimin e mesazheve private, adresimin e ankesave dhe moderimin e komenteve.
- **Shfrytëzimi i analizave:** Përdorimi i treguesve të rrjeteve sociale për të identifikuar përmbajtjen më të ndjekur dhe për të rregulluar postimet e ardhshme.

**Pse është e rëndësishme:** Rrjetet sociale krijojnë një linjë të drejtpërdrejtë komunikimi me qytetarët, duke nxitur besim, transparencë dhe ndërgjegjësim më të madh mbi reformat dhe shërbimet e ASHK-së.

## MATERIALET E BOTUARA/PRINTUARA (BROSHURA, FLETËPALOSJE, INFOGRAFIKË)

Ndërkohë që digjitalizimi e pakëson nevojën për materiale të shtypura, ato mbeten të rëndësishme për qytetarët që nuk janë familiarizuar me mjetet digjitale.

### Veprimet e propozuara:

- **Qasje e thjeshtuar:** Përdorimi i teksteve të shkurtra, i elementeve vizivë dhe i udhëzimeve hap-pas-hapi.
- **Shpërndarja strategjike:** Vendosja e këtyre materialeve në zyrat e ASHK-së, bashki, biblioteka, zyra postare dhe qendra OJQ-sh.
- **Formate inovative:** Përdorimi i infografikëve dhe pamfleteve tërheqëse krahas broshurave tradicionale.

**Pse është e rëndësishme:** Materialet e shtypura mbushin boshllëkun e komunikimit për popullsinë me nivel të ulët të njohurive digjitale, duke mbështetur aksesin gjithëpërfshirës në shërbimet e ASHK-së.

## NDËRVEPRIMI ME MEDIAN (TRADICIONALE & DIGJITALE)

Kanalet mediatike luajnë rol kyç në formësimin e perceptimeve publike dhe shpërndarjen e informacionit në shkallë të gjerë.

### Veprimet e propozuara:

- **Përditësime të rregullta:** Ndarja e njoftimeve për shtyp, organizimi i konferencave për media dhe ofrimi i informacionit të saktë rreth ndryshimeve të politikave apo shërbimeve.
- **Histori suksesi:** Bashkëpunimi me gazetarët për të shfaqur dëshmi nga qytetarë të kënaqur dhe për të vënë në pah rezultatet pozitive të reformave të ASHK-së.
- **Fuqizimi i bashkëpunimit lokal:** Partneritetet me stacionet rajonale të radios dhe televizionit për të arritur audiencat në zonat e paprivileguara.

**Pse është e rëndësishme:** Ndërveprimi me mediat forcon transparencën, rrit ndërgjegjësimin mbi përpjekjet e modernizimit dhe forcon besimin publik tek ASHK-ja.

## NDËRVEPRIMI ME KOMUNITETIN (WORKSHOPE, NJËSI LËVIZËSE, FOKUS GRUPE)

Shërbimi i drejtpërdrejtë siguron që edhe komunitetet që ndodhe në vendndodhje të largëta apo grupe të marginalizuara të kenë qasje në shërbimet dhe informacionin e ASHK-së.

### Veprimet e propozuara:

- **Dërgimi i njësive të ekipeve lëvizëse:** Ofrojnë mbështetje në vend për regjistrimin e pronave dhe sqarimin e pyetjeve në zonat rurale.
- **Mbledhja e reagimeve:** Përdorimi i anketave dhe intervistave gjatë workshope-ve për të kuptuar shqetësimet dhe pritshmëritë e qytetarëve.
- **Bashkëpunimi me partnerët:** Punë me OJF-të, zyrat e bashkive dhe persona me akses dhe lidhje në komunitet për organizimin dhe promovimin e eventeve.

**Pse është e rëndësishme:** Ndërveprimi me komunitetin forcon besimin, ofron mbështetje të personalizuar dhe siguron që asnjë qytetar të mos mbetet pa akses në shërbimet e pronësisë.

# Qëllimet dhe qasjet strategjike

ASHK synon të arrijë objektivat e saj kryesore—qartësi, aksesueshmëri, llogaridhënie dhe transparencë—përmes strategjive konkrete. Këto qasje i kthejnë synimet afatgjata në hapa praktikë, që përmirësojnë komunikimin dhe fuqizojnë ndërveprimin me qytetarët dhe palët e interesuara.

## PËRDORIMI I GJUHËS SË THJESHTË

Thjeshtimi i gjuhës i heq barrierat për qytetarët që nuk janë familjarizuar me terma burokratikë apo juridikë. Një skicim miqësor për përdoruesin, duke përfshirë tituj të qartë, pika kryesore dhe udhëzime hap-pas-hapi, rrit kuptueshmërinë dhe pakëson gabimet.

### Hapat kryesorë:

- **Kontrolli i dokumenteve:** Rishikimi i formularëve, njoftimeve dhe përmbajtjes online për të identifikuar gjuhën e ndërlikuar.
- **Zhvillimi i një udhëzuesi standard:** Krijimi i një seti rregullash për përdorimin e gjuhës së thjeshtë, duke përfshirë fjalë të shkurtra, fjalor të qartë dhe formate të kuptueshme.
- **Trajnimi i stafit:** Ofrimi i trajnimeve për shkrimin me gjuhë të thjeshtë, komunikimin miqësor ndaj qytetarit dhe hartimin efektiv të dokumenteve.
- **Testimi dhe mbledhja e reagimeve:** Zbatimi fillimisht në një grup të vogël përdoruesish përpara zbatimit të plotë.

## OFRIMI I PËRDITËSIMEVE TË RREGULLTA

Përditësimet e rregullta ulin pasigurinë dhe parandalojnë pyetjet e përsëritura. Njoftimet automatike dhe pyetjet e përdorura më shpesh (FAQ) që përditësohen në kohë, japin siguri, ndërsa publikimi i të dhënave të performancës promovon transparencë.

### Hapat kryesorë:

- **Fuqizimi i burimeve online:** Mbajtja e FAQ-ve dhe afateve të shërbimeve të përditësuara në faqen e ASHK-së dhe në portalin e-Albania.
- **Njoftimet automatike:** Dërgimi i mesazheve SMS ose email për të konfirmuar marrjen e aplikimit dhe përparimin e tij.
- **Ndarja e të dhënave të performancës:** Publikimi i statistikave të përgjithshme, si normat mujore të përpunimit të aplikimeve.
- **Lëshimi i njoftimeve për media:** Informimi periodik i mediave mbi ecurinë e projekteve, reformat dhe ndryshimet ligjore.

## SHFRYTËZIMI I KANALEVE TË SHUMTA TË KOMUNIKIMIT

Një qasje me shumë kanale e maksimizon arritshmërinë e mesazhit. Linja falas telefonike 0800 dhe materialet e botuara fizikisht shërbejnë për publikun me akses të kufizuar në internet, ndërsa rrjetet sociale dhe përmbajtja online iu drejtohen moshave më të reja dhe zonave urbane. Sesionet e ndërgjegjësimit në komunitet mundësojnë komunikim direkt dhe të personalizuar.

### Hapat kryesorë:

- **Mirëmbajtja e linjës telefonike pa pagesë 0800:** Sigurimi i operatorëve të trajnuar për dhënien e informacionit rreth shërbimeve, tarifave dhe afateve.
- **Zgjerimi i pranisë në rrjetet sociale:** Përdorimi i platformave si Facebook për të shpërndarë njoftime, video-instruksione dhe histori suksesi.
- **Shpërndarja e materialeve të botuara:** Vendosja e broshurave, infografikëve dhe posterve me udhëzime të thjeshta nëpër bashki dhe qendra komunitare.
- **Organizimi i sesioneve ndërgjegjësues me komunitetin:** Workshope dhe takime informuese në zonat rurale apo me pjesën e marginalizuar të popullatës për të mbledhur reagimet e tyre, si dhe për t'u ofruar mbështetje të drejtpërdrejtë qytetarëve.

## NXITJA E TRANSPARENCËS

Transparenca ndërton besimin duke treguar llogaridhënie dhe paanësi. Publikimi i arritjeve, afateve dhe treguesve të performancës i jep qytetarëve siguri, duke inkurajuar një dialog të hapur.

### Hapat kryesorë:

- **Publikimi i afateve:** Vendosja e kohës së parashikuar për përpunimin e aplikimeve në faqen e internetit të ASHK-së dhe në materialet e botuara.
- **Shpërndarja e treguesve të performancës:** Raportimi periodik mbi performancën e shërbimeve, përfshirë normat e përpunimit të aplikimeve.
- **Organizimi i forumeve publike:** Seanca “pyetje-përgjigje” dhe tryeza të rrumbullakëta për ndërveprim të drejtpërdrejtë me përfaqësuesit e ASHK-së.

# Monitorimi & vlerësimi

Monitorimi dhe vlerësimi janë thelbësorë për të matur suksesin e Strategjisë së Komunikimit të Agjencisë Shtetërore të Kadastrës (ASHK). Duke ndjekur në mënyrë sistematike treguesit dhe duke mbledhur reagime, ASHK siguron që objektivat e saj—qartësia, aksesueshmëria, llogaridhënia dhe transparenca—të realizohen vazhdimisht. Rishikimet periodike mundësojnë identifikimin e sfidave, mbështesin përmirësimet e bazuara në prova dhe ruajnë përafrimin e përpjekjeve të komunikimit me misionin e ASHK-së dhe nevojat në ndryshim të publikut.

## TREGUESIT OPERACIONALË

Këta tregues fokusohen te performanca e shërbimeve dhe efienca e proceseve të komunikimit.

### Tregues kyç:

- **Shpejtësia e përpunimit të aplikimit:** Matja e kohës mesatare që nevojitet për të përfunduar regjistrimin ose legalizimin e pronës. Përmirësimi i kohës sugjeron se përpjekjet e komunikimit ndihmojnë qytetarët të ndjekin më lehtë procedurat.
- **Norma e zgjidhjes së ankesave:** Gjurmimi i përqindjes së ankesave të zgjidhura brenda afateve të përcaktuara. Një normë e lartë zgjidhjeje pasqyron llogaridhënien dhe reagimin e ASHK-së.

**Pse është e rëndësishme:** Monitorimi i treguesve operacionalë i mundëson ASHK-së të identifikojë pikat e ngërçit dhe joefikasitetet, duke mundësuar ndërhyrje të shpejta që përmirësojnë ofrimin e shërbimeve.

## TREGUESIT E NDËRVEPRIMIT

Këta tregues vlerësojnë efektivitetin e kanaleve të komunikimit dhe ndërveprimin me audiencën.

### Tregues kyç:

- **“Trafiku” në faqen e internetit:** Numri i vizitorëve dhe koha e kaluar në faqet kryesore. Një rritje e ndërveprimit tregon që qytetarët po gjejnë informacionin që iu nevojitet.
- **Përdorimi i linjës telefonike & email-it:** Analiza e volumit të telefonatave dhe emaile-ve, kohës së përgjigjes dhe shkallës së “pëlqyeshmërisë” përmes sondazheve të shkurtra.
- **Ndërveprimet në rrjetet sociale:** Analiza e pëlqimeve, shpërndarjeve dhe komenteve, për të vlerësuar interesin dhe përfshirjen e publikut.

**Pse është e rëndësishme:** Treguesit e ndërveprimit ofrojnë një panoramë të qartë rreth performancës së kanaleve të komunikimit dhe tregojnë nëse ASHK po arrin me sukses segmentet e synuara të audiencës.

## TREGUESIT E TRANSPARENCËS

Këta tregues vlerësojnë përpjekjet e ASHK-së për të nxitur besimin dhe transparencën nëpërmjet komunikimit.

### Tregues kyç:

- **Besimi publik:** Kryerja e sondazheve periodike të opinionit për të matur nivelin e besimit të qytetarëve tek ASHK.
- **Reagimi mediatik:** Gjurmimi i raportit midis mbulimit mediatik pozitiv dhe negativ. Një perceptim pozitiv tregon se mesazhet e institucionit po priten mirë.

**Pse është e rëndësishme:** Treguesit e transparencës theksojnë përkushtimin e ASHK-së për komunikim të hapur. Rezultatet pozitive forcojnë besueshmërinë e Agjencisë dhe besimin publik.

# Mekanizmat e reagimit

Reagimi i qytetarëve është thelbësor për përmirësimin e shërbimeve dhe ndërtimin e besimit. ASHK përdor mekanizma gjithëpërfshirës dhe reagues për të kapur një gamë të gjerë perspektivash, duke mundësuar përmirësim të vazhdueshëm të strategjisë së komunikimit dhe përafrim me nevojat e publikut.

## ANKETIMET

Anketimet mbledhin reagimin e përdoruesve për të vlerësuar nivelin e “pëlqyeshmërisë”, për të identifikuar problemet dhe mbledhur sugjerime.

### Llojet:

- **Anketimi digjital:** Vendosura në faqen e internetit të ASHK-së dhe në rrjetet sociale për akses të lehtë nga përdoruesit.
- **Anketimi i kryer në letër:** Shpërndarja në zyrat e ASHK-së dhe në aktivitetet ndërgjegjësuere, për të arritur tek qytetarët pa akses në internet.

**Pse është e rëndësishme:** Anketimet ofrojnë si të dhëna sasiore, ashtu edhe cilësore, që ndihmojnë ASHK-në të kuptojë eksperiencën e përdoruesit dhe të masë efektivitetin e komunikimit.

## FORUMET PUBLIKE & FOKUS GRUPE

Këto platforma inkurajojnë një ndërveprim të drejtpërdrejtë midis qytetarëve dhe palëve të interesuara.

### Llojet:

- **Forume:** Takime virtuale ose fizike për të trajtuar shqetësimet, për të sqaruar politikat dhe për të mbledhur reagime në kohë reale.
- **Fokus grupe:** Intervista të strukturuar me mbajtës të titujve të pronësisë, OJF dhe profesionistë për të marrë informacione më të thelluara rreth çështjeve specifike.

**Pse është e rëndësishme:** Forumet publike dhe fokus grupet nxisin dialog të hapur dhe forcojnë përfshirjen e komunitetit në reformat e ASHK-së.

# Sistemet e vlerësimit

Sistemet e vlerësimit online u mundësojnë qytetarëve të japin reagime të menjëhershme.

## Veprim kyç:

- **Vlerësimi i shërbimeve:** Aplikimi i një sistemi të thjeshtë vlerësimi (p.sh., 1–5 yje) për t’i lejuar përdoruesit të japin vlerësim për eksperiencën pas përfundimit të aplikimit.

**Pse është e rëndësishme:** Sistemet e vlerësimit japin reagime të shpejta dhe të aksesueshme që ndihmojnë ASHK-në të identifikojë fushat që kërkojnë përmirësim.

## TAKIME INFORMUESE ME STAFIN

Takimet e brendshme lehtësojnë ndarjen e informacionit midis punonjësve të ASHK-së.

## Veprim kyç:

- **Takime informuese periodike:** Diskutimi i problemeve të përsëritura, raportimeve nga qytetarët apo vëzhgimeve gjatë ofrimit të shërbimeve, për të dalë me zgjidhje të qëndrueshme.

**Pse është e rëndësishme:** Takime përditësuese me stafin forcojnë kulturën e përmirësimit të vazhdueshëm, duke siguruar që punonjësit e vijës së parë të kontribuojnë në përmirësimin e strategjisë.

## INTEGRIMI ME OBJEKTIVAT STRATEGJIKË

Mekanizmat e reagimit janë të lidhur drejtpërdrejt me objektivat strategjike të qartësisë, aksesueshmërisë, llogaridhënies dhe transparencës. Reagimet mbështesin përshtatjen e mjeteve të komunikimit me nevojat e palëve të interesuara.

**Pse është e rëndësishme:** Duke përafruar mekanizmat e reagimit me objektivat strategjike, ASHK siguron që komunikimi të mbetet i fokusuar, efektiv dhe i drejtuar nga qytetari.

## SHFRYTËZIMI I PARTNERITETEVE STRATEGJIKE PËR MBLEDHJE REAGIMESH

Partnerët strategjike, përfshirë Shoqatën e Gjeodetëve dhe organizata të lidhura me komunitetin, ndihmojnë në zgjerimin e fushës së mbledhjes së reagimeve.

## Veprimet kryesore:

- **Bashkëpunim me partnerët:** Ndërveprimi me ta për të arritur tek një popullsi më të gjerë dhe më të larmishme.
- **Analiza e thelluar:** Përdorimi i ekspertizës së partnerëve për të analizuar të dhënat e mbledhura dhe për të nxjerrë rekomandime praktike.

**Pse është e rëndësishme:** Partneritetet strategjike rrisin vlefshmërinë e procesit të mbledhjes së reagimeve, duke siguruar një përfaqësim më gjithëpërfshirës të komunitetit.

# Struktura *ad hoc* e komunikimit & skema e komunikimit të brendshëm

Zbatimi efektiv i Strategjisë së Komunikimit të ASHK-së kërkon koordinim të brendshëm dhe të jashtëm. Aktualisht, ASHK mbështetet në Drejtorinë e Komunikimit në ASHK-në Qendrore, por i mungon një strukturë formale që lidh këtë drejtori me zyrat vendore. Propozohet një strukturë *ad hoc* komunikimi dhe një skemë e komunikimit të brendshëm, për të siguruar mesazhe konsistente dhe angazhim të stafit në të gjithë institucionin.

## STRUKTURA AD HOC E KOMUNIKIMIT

Propozohet një rrjet pikash fokale komunikimi për të forcuar koordinimin.

### Përbërësit kryesorë:

- **Caktimi i pikave fokale:** Emërimi i një pike fokale në çdo drejtori dhe zyrë vendore të ASHK-së, për të bashkëpunuar me Drejtorinë e Komunikimit në ASHK qendrore.
- **Roli dhe përgjegjësitë:**
  - o Shpërndarja e materialeve, mirëmbajtja e tabelave të njoftimeve dhe përgjigjja ndaj pyetjeve nga terreni.
  - o Ofrimi i përditësimeve nga Drejtorinë e Komunikimit në zyrën qendrore mbi ndryshimet politike dhe zhvillimet rajonale.
  - o Sigurimi i unifikimit të mesazheve në përputhje me parimet e strategjisë.
- **Koordinimi në nivel qendror:**
  - o Drejtorja e Komunikimit e ASHK-së siguron modele, udhëzime dhe kalendarë fushatash.
  - o Produktet e pikave fokale (p.sh., broshura të publikuara për kontekstin lokal, njoftime eventesh) monitorohen për koherencë.
  - o **Konsiderata mbi burimet financiare:** Kjo strukturë *ad hoc* është me kosto të ulët, por mund të kërkojë më shumë trajnime dhe mjete koordinimi.

## SKEMA E KOMUNIKIMIT TË BRENDSHËM

Mekanizmat e brendshëm të komunikimit forcojnë angazhimin e stafit dhe sigurojnë konsistencë në mesazhet publike.

## **Përbërësit kryesorë:**

### **1. Takime informuese me stafin**

- o Përditësime periodike nga drejtuesit kryesorë mbi vendimet e rëndësishme dhe nismat e ndërmarra.
- o Memo të brendshme për të reduktuar keqinformimin duke ofruar informacion zyrtar dhe në kohë.

### **2. Buletin i brendshëm**

- o Çdo muaj me statistika kyçe, histori suksesi, përditësime politike dhe njohje të stafit.

### **3. Trajnim & ngritje kapacitetesh**

- o Orientimi i stafit të ri mbi Strategjinë e Komunikimit dhe praktikat më të mira të shërbimit ndaj qytetarit.
- o Workshop-e periodike për përmirësimin e njohurive digjitale, komunikimit me gjuhë të thjeshtë dhe trajtimit të ankesave.

### **4. Takime koordinuese**

- o Mbledhje të rregullta mes pikave fokale dhe Departamentit Qendror të Komunikimit për t'u dakordësuar mbi fushatat e komunikimit dhe për të diskutuar sfidat.

**Pse është e rëndësishme:** Këto mekanizma krijojnë një forcë pune të mirëinformuar, e aftë për të ofruar mesazhe të sakta, duke përmirësuar në të njëjtën kohë koordinimin e brendshëm dhe besimin e publikut.

## **ZBUTJA E RISQEVE**

Zbatimi i Strategjisë së Komunikimit për Agjencinë Shtetërore të Kadastrës (ASHK) kërkon identifikimin dhe menaxhimin e sfidave të mundshme që mund të minojnë suksesin e saj. Kjo seksion evidenton rreziqet kryesore që lidhen me komunikimin dhe paraqet strategji për t'i zbutur ato, duke siguruar që strategjia të mbetet efektive dhe në përputhje me misionin e ASHK-së për modernizimin e menaxhimit të të drejtave pronësore në Shqipëri.

### **1. Mospërputhja e mesazheve**

- o **Përshkrimi:** Mesazhe të ndryshme nëpër kanale të ndryshme mund të shkaktojnë konfuzion tek publiku dhe të dëmtojnë imazhin e ASHK-së.
- o **Pse është e rëndësishme:** Koherenca nxit besimin dhe forcon përkushtimin e ASHK-së ndaj qartësisë dhe transparencës.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Udhëzues për unifikimin e mesazheve: Zhvillimi i udhëzimeve të qarta për ruajtjen e një gjuhe dhe stili të njëjtë.
  - Trajnim i rregullt i stafit.
  - Proces miratimi i qendëruar: Rishikim i materialeve të komunikimit përpara publikimit.

### **2. Ndërveprim i ulët i audiencës**

- o **Përshkrimi:** Niveli i ulët i pjesëmarrjes apo interesit të qytetarëve dhe palëve të interesuara zvogëlon efektivitetin e përpjekjeve të komunikimit.
- o **Pse është e rëndësishme:** Ndërveprimi është i nevojshëm që mesazhet të kuptohen, të pranohen dhe të zbatohen, duke nxitur besim dhe bashkëpunim.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Hulumtim mbi audiencën: Përshtatja e mesazheve duke u bazuar në nevojat dhe preferencat e secilit grup.

- Përmbajtje “angazhuese”: Krijimi i materialeve interaktive, si sondazhe online, takime “live”, etj.
- Komunikim i personalizuar: Rregullimi i mesazheve për t’u përshtatur segmenteve të ndryshme të audiencës.

### 3. Çështje teknike me kanalet e komunikimit

- o **Përshkrimi:** Dështimet teknike (p.sh., faqja e internetit jashtë funksionit, probleme me rrjetet sociale) mund të ndërpresin shpërndarjen e informacionit.
- o **Pse është e rëndësishme:** Kanale të besueshme janë të domosdoshme për komunikim të saktë dhe në kohë.
- o **Strategjitë e zbutjes:**
  - Mbështetje e dedikuar IT: Caktimi i një ekipi për adresimin e shpejtë të problemeve teknike.
  - Mirëmbajtje e rregullt e sistemeve.
  - Kanale komunikimi alternative: Krijimi i faqeve rezervë dhe llogarive shtesë në rrjetet sociale.

### 4. Perceptimi negativ publik dhe keqinformimi

- o **Përshkrimi:** Keqinformimi ose ‘thashethemet negative’ mund të dëmtojnë reputacionin e ASHK-së dhe besimin publik.
- o **Pse është e rëndësishme:** Një reputacion i fortë dhe pozitiv është kyç për zbatimin e suksesshëm të strategjisë së komunikimit.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Marrëdhënie proaktive me median: Krijimi i bashkëpunimit të fortë për t’u siguruar që raportimi të jetë i saktë.
  - Plan reagimi i shpejtë: Adresimi dhe përmirësimi i keqinformimit sapo shfaqet.
  - Komunikim transparent: Ndarja e vazhdueshme e progresit dhe sfidave për të ndërtuar besim.

### 5. Çështje mbi privatësinë dhe sigurinë e të dhënave

- o **Përshkrimi:** Menaxhimi i të dhënave të ndjeshme përfshin rrezikun e shkeljeve të privatësisë ose aksesit të paautorizuar.
- o **Pse është e rëndësishme:** Mbrojtja e të dhënave të qytetarëve është e domosdoshme për ruajtjen e besimit dhe përmbushjen e standardeve ligjore.
- o **Strategjitë e zbutjes:**
  - Masa sigurie të forta: Protokolle të avancuara për sigurinë kibernetike.
  - Kontroll i rregullt i sistemeve të IT-së.
  - Trajnim për stafin: Edukimi mbi praktikatat më të mira të mbrojtjes së të dhënave.

### 6. Kufizimet në burime

- o **Përshkrimi:** Burimet financiare, njerëzore ose teknike mund të jenë të pamjaftueshme për të realizuar plotësisht nismat e komunikimit.
- o **Pse është e rëndësishme:** Burime të mjaftueshme janë të domosdoshme për zbatimin dhe qëndrueshmërinë afatgjatë të strategjisë.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Prioritizimi i nismave: Përqendrimi tek aktivitetet me ndikim më të lartë.
  - Kërkimi i fondeve shtesë: Aplikimi për grante dhe partneritete për të mbështetur përpjekjet e komunikimit.

- Optimizimi i burimeve ekzistuese: Përdorimi i veglave me kosto të ulët dhe platformave ekzistuese.

## 7. Rezistenca ndaj ndryshimit midis stafit

- o **Përshkrimi:** Hezitimi ose mospajtimi i punonjësve për të zbatuar mjete dhe procese të reja, që mund të ngadalësojë zbatimin e strategjisë.
- o **Pse është e rëndësishme:** Pranimi nga stafi është i domosdoshëm për një komunikim të qëndrueshëm dhe të suksesshëm në të gjithë Agjencinë.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Programe të menaxhimit të ndryshimit: Mbështetje dhe trajnime gjatë fazës së kalimit.
  - Përfshirja e stafit: Krijimi i ndjenjës së përgjegjësisë përmes përfshirjes së tyre në hartimin e Strategjisë.
  - Mbështetje e vazhdueshme: Sesione trajnimi dhe burime për të lehtësuar tranzicionin.

## 8. Rreziqet e përfshirjes

- o **Përshkrimi:** Dështimi për të angazhuar popullsitë e cënueshme mund të çojë në qasje të pabarabarta tek shërbimet e ASHK-së.
- o **Pse është e rëndësishme:** Përfshirja mbështet objektivat e aksesueshmërisë dhe barazisë, duke siguruar që të gjithë qytetarët të përfitojnë nga shërbimet e ASHK-së.
- o **Strategjitë për zbutje:**
  - Materiale komunikimi të aksesueshme: Përdorimi i teksteve me gërma të mëdha, videove me gjuhën e shenjave, përthimeve në gjuhët e pakicave.
  - Partneritete me organizata lokale: Bashkëpunimi me OJF-të për të arritur tek grupet e popullatës më të izoluara.
  - Ndërveprim nëpërmjet shumë kanaleve: Përdorimi i metodave digjitale dhe tradicionale për të siguruar përfshirje.

## ROLI DHE PËRGJEGJËSITË

- **Drejtoria qendrore për komunikimin:**
  - o Mbikëqyrja e zbatimit të strategjive të zbutjes së risqeve.
  - o Monitorimi i treguesve të riskut dhe koordinimi i përgjigjeve.
  - o Ofrimi i udhëzimeve dhe mbështetjes për pikat fokale dhe zyrat vendore.
- **Pikat fokale të komunikimit:**
  - o Bashkërendimi me zyrat vendore për zbatimin e strategjive të zbutjes së risqeve.
  - o Raportimi i riqeve në nivel lokal dhe masave të marra prej drejtorisë në nivel qendror.

# Afati kohor i zbatimit të strategjisë së komunikimit

---

Afati kohor i zbatimit të Strategjisë së Komunikimit është hartuar për një periudhë 24-mujore, me një qasje të ndarë në disa faza, që siguron përparim sistematik dhe fleksibilitet për t'u përshtatur bazuar në reagimet dhe vlerësimet e performancës.

- **Muajt 1–3: Përgatitja**
  - o Formimi i ekipit kryesor të zbatimit dhe konfirmimi i objektivave të Strategjisë së Komunikimit.
  - o Identifikimi i “Pikave Fokale të Komunikimit” nëpër drejtori e zyra vendore.
  - o Zhvillimi i burimeve bazë, si kuadri kryesor i mesazheve dhe udhëzimet mbi gjuhën e thjeshtë.
- **Muajt 4–6: Strukturimi i brendshëm dhe trajnimi**
  - o Trajnimi mbi teknikat e komunikimit efektiv, mjetet digjitale dhe praktikatat e shërbimit ndaj qytetarit.
  - o Pilotimi i materialeve fillestare (broshura, FAQ, infografikë) në disa zyra të përzgjedhura; mbledhja e reaguesve nga stafi dhe qytetarët.
- **Muajt 7–12: Paraqitja në publik**
  - o Shpërndarja masive e materialeve të finalizuara; përditësimi i faqes së ASHK-së me përmbajtje miqësore për përdoruesit.
  - o Nisja e fushatave në rrjetet sociale, bashkëpunimi me median lokale dhe organizimi i aktiviteteve në zonat e paprivileguara.
- **Muajt 13–18: Monitorimi dhe rafinimi**
  - o Mbledhja e të dhënave mbi numrin e kërkesave, normën e zgjidhjes së ankesave dhe ndërveprimin online, për të vlerësuar efektivitetin e strategjisë.
  - o Përshtatja e materialeve dhe kanaleve të komunikimit bazuar në reagime nga pikat fokale dhe sondazhet e përdoruesve.
  - o Vazhdimi i trajnimit të stafit dhe konsolidimi i praktikave më të mira.
- **Muajt 19–24: Vlerësimi dhe konsolidimi**
  - o Vlerësimi i përgjithshëm i suksesit të Strategjisë kundrejt objektivave të përcaktuara (p.sh., rritja e qartësisë, përshtetshmëria e ofrimit të shërbimeve, rritja e besimit publik).
  - o Finalizimi i përmirësimeve të nevojshme në protokollet dhe platformat e komunikimit.
  - o Paraqitja e një raporti përmbledhës, duke evidentuar arritjet, mësimet e nxjerra dhe rekomandimet për një impakt afatgjatë.

# Shtojca 1

## PROPOZIM: RIPROJEKTIMI I FAQES SË INTERNETIT TË ASHK-SË

**Objektivi:** Transformimi i faqes së internetit të ASHK-së në një platformë moderne dhe të lehtë për t'u përdorur, që shërben si burim i besueshëm informacioni dhe kanali kryesor për ndërveprim midis qytetarëve, profesionistëve dhe palëve të interesuara. Faqja e riprojektuar do të përafrohet me qëllimet e strategjisë së komunikimit për qartësi, aksesueshmëri, llogaridhënie dhe transparencë.

## KARAKTERISTIKAT KRYESORE

- **Lundrim i thjeshtuar:** Struktura e menusë e ndarë në kategori kuptimplotë, si:
  - o Informacion mbi regjistrimin e pronës
  - o Udhëzime për legalizimet
  - o FAQ
  - o Njoftime & përditësime
- **Funksionalitet kërkimi:** Vendosja e një motori kërkimi efikas që i lejon përdoruesit të gjejnë shpejt dokumentet, formularët dhe artikujt përmes fjalëve kyçe.
- **Skicim miqësor ndaj pajisjeve telefonike/mobile:** Optimimi për telefonat inteligjentë dhe tabletët.

## PËRMIRËSIMET FUNKSIONALE

- **Instrumenta interaktive**
  - o Udhëzues “*Si të bëhet*”: Instruksione hap-pas-hapi për regjistrimin dhe legalizimin e pronave, me gjuhë të thjeshtë dhe ilustrime.
  - o Bibliotekë dokumentesh: Një arkivë e organizuar me formularë, modele dhe referenca ligjore.
- **Seksion dinamik i ‘FAQ’**
  - o Kategorizuar sipas temave (regjistrim, legalizim, pagesë tarife, etj.).
  - o Përditësim i vazhdueshëm bazuar në pyetjet më të shpeshta nga përdoruesit.
- **Mbledhja e reagimeve**
  - o Forma të thjeshta për të dërguar sugjerime, raporte për probleme apo pyetje specifike.
  - o Panel (*Dashboard*) qendror për administrimin dhe përpunimin e reagimeve.
- **Lajmet & njoftimet**
  - o Njoftimet kryesore të vendosura në faqen kryesore për t'u vënë re lehtësisht.
  - o Mundësia e pajtimit në një buletin email-i me përditësime periodike.

## PARIMET E SKICIMIT

- **Qasja e orientuar nga qytetari:** Testimi i faqes me përdorues realë (qytetarë, profesionistë, punonjës bashkiakë) për të vlerësuar funksionalitetin dhe lehtësinë e përdorimit.
- **Thjeshtësi vizive:** Përdorimi i një paraqitjeje me hapësira të bardha, font modern dhe tituj të qartë.
- **‘Branding’ profesional:** Logo, ngjyrat zyrtare të ASHK-së dhe mesazhe që pasqyrojnë transparencë dhe inovacion.
- **Integrimi me rrjetet sociale:** Lidhet me faqet zyrtare (Facebook, Instagram, YouTube) për të rritur shtrirjen e komunikimit.

### Analiza & monitorimi

- **Instrumenta analitike** (p.sh., Google Analytics) për të gjurmuar sjelljen e përdoruesve, artikujt më të klikuar, normën e braktisjes, etj.
- **Rishikime të rregullta:** Ekip i dedikuar për përmirësimin e vazhdueshëm të përmbajtjes dhe funksionimit të faqes.

### Komunikimi dhe trajnimi

- **Fushatë promovuese:** Njoftim për faqen e riprojektuar përmes rrjeteve sociale, mediave dhe aktiviteteve publike.
- **‘Tutoriale’:** Video dhe ‘FAQ’ për të orientuar përdoruesit me funksionalitetet e reja.
- **Trajnim stafi:** Stafi në zyrat rajonale dhe Departamenti Qendror i Komunikimit trajnohen për të përditësuar përmbajtjen dhe për t’iu përgjigjur kërkesave në internet.

### Konsideratat buxhetore

- Zhvillues dhe dizenjues profesionistë.
- Krijimi i përmbajtjes (infografikë, video).
- Trajnimi i stafit për mirëmbajtjen e faqes.
- Mbështetje teknike e vazhdueshme.

### Rezultatet e pritura

- Rritja e besueshmërisë së faqes së ASHK-së si burim kryesor informacioni.
- Rritja e ndërgjegjësimit të publikut mbi procedurat e pronës.
- Forcimi i besimit dhe transparencës përmes komunikimit të hapur.
- Nxitja e ndërveprimit dhe reagimeve për përmirësim të vazhdueshëm.

# Shtojca 2

## FUSHATA E KOMUNIKIMIT NË RRJETET SOCIALE PËR ASHK-NË

**Objekti:** Qëllimi i fushatës është të rrisë ndërgjegjësimin e publikut mbi shërbimet, reformat dhe arritjet e Agjencisë Shtetërore të Kadastrës (ASHK), si dhe të forcojë besimin e qytetarëve përmes komunikimit të qëndrueshëm dhe reagimit në kohë. Një fushatë e tillë synon të sigurojë që mesazhet e ASHK-së të mbërrijnë tek të gjitha grupet shoqërore, duke promovuar gjithëpërfshirjen dhe transparencën.

### Qëllimet kryesore të fushatës në rrjetet sociale

- Edukimi i publikut:** Ofrimi i informacionit të qartë dhe të aksesueshëm mbi shërbimet digjitale të ASHK-së dhe përfitimet e tyre.
- Rritja e besimit:** Demonstrimi i përkushtimit të ASHK-së ndaj transparencës, përmes postimeve që nxjerrin në pah historitë reale të përmirësimeve në ofrimin e shërbimeve.
- Angazhimi i drejtpërdrejtë:** Shfrytëzimi i rrjeteve sociale si platforma dialogu, ku qytetarët mund të parashirojnë pyetje, të japin sugjerime apo të raportojnë problematika, dhe të marrin përgjigje të sakta në kohë.
- Gjithëpërfshirja:** Adaptimi i mesazheve për të arritur një gamë të gjerë audiencash, nga profesionistët në qytete deri tek komunitetet rurale, për të siguruar se askush nuk mbetet jashtë informimit.

## PËRBËRËSIT E FUSHATËS

### 1. Llojet e përmbajtjes

- Postime informuese:** Hapa të thjeshtë mbi mënyrën e përdorimit të shërbimeve digjitale, si p.sh. regjistrimi i pronës online.
- Përditësime mbi afatet:** Njoftime rreth afateve të aplikimeve për legalizim, ndryshime ligjore ose procedurale.
- Video-tutoriale** (30 sek–2 min): Demonstrime hap-pas-hapi të përdorimit të platformës e-Albania apo proceseve të tjera.
- Infografikë:** Ilustrime të qarta, p.sh. “Si të regjistroh pronën në 3 hapa”.
- Histori suksesi:** Testimoniale të qytetarëve që e kanë kryer procesin me sukses.
- ‘Live Q&A’:** Seanca të drejtpërdrejta pyetje-përgjigje me përfaqësues të ASHK-së.

### 2. Strategjia e reklamimit

- Targetimi:** Shfrytëzimi i veçorive të targetimit (mosha, vendndodhja, interesi) për t’u siguruar që mesazhet arrijnë audiencën përkatëse.
- Postime të sponsorizuara:** Identifikimi i përmbajtjeve me performancë të lartë dhe pagesa (“boosting”) për shtrirje më të gjerë.
- Shembuj reklamash:**
  - “Lehtëso regjistrimin e pronës—mëso si ta bësh online!”

- o “Merr shërbime të shpejta dhe të lehta nga ASHK, direkt nga shtëpia jote!”

### 3. Programi i postimeve

- **Frekuenca:** Të paktën 5–6 postime në javë për të ruajtur angazhimin.
- **Kohët optimale:**
  - o Gjatë javës: 12:00–14:00 dhe 18:00–20:00
  - o Fundjava: Rreth orës 10:00
- **Fazat e zbatimit:**
  - o **Faza 1 (0–3 muaj):** Ndërgjegjësimi fillestar. Prezentimi i mjeteve digjitale dhe përfitimeve.
  - o **Faza 2 (4–6 muaj):** Angazhimi & tutorialet. Postime më të detajuara, seanca live, histori suksesi.
  - o **Faza 3 (7–12 muaj):** Mbajtja e angazhimit. Celebrimi i arritjeve (p.sh., “5,000 aplikime të përpunuara digjitalisht!”), avancimi i përmbajtjes.

# Shtojca 3

## MATERIALET VIZIVE PËR STRATEGJINË E KOMUNIKIMIT TË ASHK-SË

Materialet vizive luajnë një rol kyç në shpërndarjen e mesazheve të ASHK-së dhe realizimin e objektivave të komunikimit. Ato thjeshtojnë proceset komplekse, rrisin interesin dhe përfshirjen, si dhe mbështesin gjithëpërfshirjen duke bërë informacionin të aksesueshëm për audienca të larmishme. Përdorimi i infografikëve, videove, posterve dhe mjeteve të tjera vizuale do të ndihmojë në promovimin e transformimit digjital, duke demonstruar përfitimet konkrete të shërbimeve të ASHK-së.

## LLOJET E MATERIALEVE VIZIVE

### 1. Infografikë

- o **Qëllimi:** Thjeshton informacionin kompleks në formate vizualisht tërheqëse.
- o **Shembuj përdorimi:**
  - **Guida hap-pas-hapi:** “Hapat për të regjistruar pronën tuaj”.
  - **Përfitimet e digjitalizimit:** Avantazhet kryesore si shpejtësia, ulja e burokracisë, transparenca.
  - **Raportimi i progresit:** “Digjitalizuar 95% e zonave kadastrale deri në 2026”.
- o **Veçori të skicimit:**
  - Ikona të thjeshta për të ilustruar veprime (kartela, vulë, etj.).
  - Fluksi i organizuar në ‘floëchart’ ose ‘timeline’.
  - Ruan një stil të pandryshueshëm me ngjyrat dhe logot e ASHK-së.

### 2. Video-tutoriale

- o **Qëllimi:** Ofron mënyrë interaktive dhe tërheqëse për të demonstruar përdorimin e shërbimeve të ASHK-së.
- o **Shembuj përdorimi:**
  - “Si të dorëzoni një kërkesë për regjistrim prone online”.
  - “Dokumentet e nevojshme për legalizim të pronës”.
- o **Veçori të skicimit:**
  - Kohëzgjatje 30 sek–2 min.
  - Tekste të shkurtra me titra në shqip dhe gjuhë të tjera pakice.

### 3. Video/histori suksesi

- o **Qëllimi:** Tregon raste reale qytetarësh dhe profesionistësh që kanë përfituar nga shërbimet e ASHK-së, duke krijuar një lidhje emocionale me publikun.
- o **Shembuj përdorimi:**

- Testimoniale të qytetarëve nga zonat rurale, që regjistruan pronën e tyre për herë të parë.
- Deklarata të noterëve për procedurat e lehtësuara.
- o **Veçori të skicimit:**
  - Rrëfim i shkurtër (30–90 sek).
  - Elementë vizualë nga zona ose prona reale.

#### 4. Postera dhe fletëpalosje

- o **Qëllimi:** Dokumente të shtypura për zonat rurale ose audiencën me akses të kufizuar në internet.
- o **Shembuj përdorimi:**
  - “Udhëzuesi juaj për regjistrimin e pronës” me një diagram të thjeshtuar.
  - Informacione rreth “Top 5 përfitimet e përdorimit të platformës e-Albania”.
- o **Veçori të skicimit:**
  - Tituj të mëdhenj, ngjyra dalluese.
  - Mundësi për QR code që drejton tek burimet online.

#### 5. Grafika interaktive në rrjetet sociale

- o **Qëllimi:** Nxitja e ndërveprimit me ndjekësit dhe shpërndarja e informacionit në formë të shpejtë e tërheqëse.
- o **Shembuj përdorimi:**
  - Infografik i thjeshtuar: “3 Hapat për të bërë kërkesën tuaj online”.
  - Këshilla të shpejta: “Si të shmangni gabimet e zakonshme gjatë legalizimit”.
- o **Veçori të skicimit:**
  - Optimizim për ekranet e celularëve (raporti vertikal, ‘shkrim’ i qartë).
  - Animacione të shkurtra ose GIF për të tërhequr vëmendjen.

# Shtojca 4

## UDHËZUES PËR KOMUNIKIMIN ME QYTETARËT NËPËRMJET TELEFONIT 0800, EMAIL-IT DHE RRJETEVE SOCIALE

**Objektivi:** Komunikimi efektiv me qytetarët është thelbësor për ndërtimin e besimit, zgjidhjen e çështjeve dhe sigurimin e suksesit të reformave të ASHK-së. Ky udhëzues përcakton praktikën më të mirë dhe protokollet për trajtimin e pyetjeve dhe ndërveprimeve të qytetarëve përmes telefonit falas 0800, email-it dhe rrjeteve sociale, duke siguruar që komunikimi të jetë profesional, i shpejtë dhe në përputhje me objektivat strategjikë të ASHK-së.

### 1. Komunikimi përmes linjës telefonike pa pagesë 0800

Linja telefonike pa pagesë 0800 është një kanal i drejtpërdrejtë për qytetarët që kërkojnë asistencë. Ajo duhet të ofrojë informacion të qartë, të saktë dhe në kohë, për të krijuar një eksperiencë pozitive.

#### Udhëzime për trajtimin e thirrjeve

- **Përsëritja dhe prezantimi:**  
“Faleminderit që keni telefonuar Agjencinë Shtetërore të Kadastrës. Unë jam [Emri]. Si mund t’ju ndihmoj?”
- **Dëgjimi aktiv:**  
Lejoni telefonuesin të shpjegojë çështjen e tij pa ndërprerë.  
Përdorni teknika si “po, kuptoj” ose përsëritje të shkurtër për të konfirmuar se e keni kuptuar saktë kërkesën.
- **Ofrimi i informacionit:**  
Përdorni gjuhë të thjeshtë.  
Referojuni bazës së të dhënave me përgjigje të standardizuara.
- **Eskalimi dhe ndjekja:**  
Nëse problemi nuk mund të zgjidhet menjëherë, sqaroni hapat e mëtejshëm: “Do t’ia kaloj kërkesën tuaj drejtorisë/zyrës përkatëse dhe do të merrni një përgjigje brenda [afati].”
- **Mbyllja e telefonatës:**  
Përmbledhni informacionin, sigurohuni që qytetari nuk ka pyetje të tjera.  
“Faleminderit që kontaktuat ASHK-në. Ju lutem na telefononi sërish nëse keni ndonjë pyetje shtesë.”

## PRAKTIKAT MË TË MIRA

- **Koha e përgjigjes:** Mundohuni t’i përgjigjeni telefonatave sa më shpejt.
- **Toni dhe empatia:** Qëndroni të sjellshëm, të durueshëm dhe profesionalë edhe në rastet kur telefonuesi është i irrituar.
- **Trajnimi:** Stafi i linjës telefonike duhet të trajnohet rregullisht për procedurat e reja të ASHK-së.

## 2. Komunikimi përmes email-it

Email-i është mjeti kryesor për ofrimin e informacionit më të detajuar dhe dokumentacionit shtesë.

### UDHËZIME PËR EMAIL

- **Konfirmimi i marrjes:** Dërgimi i një përgjigjeje automatike:  
“Faleminderit që kontaktuat Agjencinë Shtetërore të Kadastrës. Kërkesa juaj është pranuar dhe do t’i përgjigjemi brenda [afati].”
- **Struktura e përgjigjes:**
  - o Filloni me një përshëndetje.
  - o Adresoni pyetjen kryesore duke përdorur pikësim ose numërtim.
  - o Ofroni lidhje drejt dokumenteve ose faqeve zyrtare për sqarime shtesë.
- **Toni dhe gjuha:**
  - o Përdorni një ton të sjellshëm dhe profesional.
  - o Shmangni fjalitë e gjata ose gjuhën tepër formale.
- **Kohëzgjatja:** Synoni të përgjigjeni brenda 24–48 orësh. Nëse kërkohet më shumë kohë, informoni dërguesin.
- **Mbyllja e email-it:**
  - o Përmblidhni zgjidhjen: “Shpresojmë që ky informacion ju ndihmon. Ju lutem na kontaktoni sërish për çdo pyetje tjetër.”
  - o Nënshkruani me “Me respekt” ose “Ju faleminderit,” emrin, rolin dhe kontaktet shtesë.

### PRAKTIKAT MË TË MIRA

- **Modele të unifikuara:** Krijimi i përgjigjeve standarde për pyetjet më të shpeshta.
- **Subjekt i qartë:** “Përgjigje ndaj kërkesës suaj për [temë].”
- **Bashkëngjitjet:** Përfshini dokumentet e nevojshme në formate universale (PDF).

## 3. Komunikimi përmes rrjeteve sociale

Rrjetet sociale (Facebook, Instagram, etj.) ofrojnë mundësi për ndërveprim në kohë reale dhe një hapësirë për të formuar imazhin publik të ASHK-së.

### UDHËZIME PËR NDËRVEPRIM NË RRJETET SOCIALE

- **Reagimi i shpejtë:**
  - o Komentet publike dhe mesazhet private (DM) duhen përgjigjur brenda 1–2 orësh gjatë orëve të punës.
  - o Mesazhet jashtë orarit mund të marrin përgjigje automatike me falënderim dhe njoftim për orarin e punës.
- **Komentet publike:**
  - o Përgjigjuni pyetjeve të përgjithshme publikisht, por shmangni diskutimin e detajeve sensitive.
  - o Mbani një ton miqësor dhe profesional.

- **Mesazhet direkte:**
  - o Përdoreni mesazhin direct (DM) për problematika të detajuara ose që kërkojnë informacione personale.
  - o Rekomandoni hapat e radhës në mënyrë të qartë.
- **Moderimi i përmbajtjes:**
  - o Fshini komentet ofenduese ose spamin.
  - o Përballuni me kritikën duke u përgjigjur me respekt dhe duke ofruar sqarime.
- **Komunikimi proaktiv:**
  - o Publikoni rregullisht rreth shërbimeve, njoftimeve dhe pyetjeve të shpeshta, për të parandaluar keqkuptimet.
  - o Përdorni materiale tërheqëse (infografikë, video, histori suksesi).

## LLOJET E POSTIMEVE NË RRJETE SOCIALE

- **FAQ:** Përgjigje për pyetje të shpeshta si “Si të regjistroj pronën time?”.
- **Histori suksesi:** Tregime qytetarësh që kanë përfituar nga shërbimet digjitale.
- **Tutoriale:** Video të shkurtra me udhëzime specifike.
- **Infografikë:** Shpjegime të procedurave në mënyrë vizuale.
- **Përditësime:** Arritje mujore, p.sh., “Këtë muaj përpunuam X aplikime!”

## PRAKTIKA TË PËRGJITHSHME MË TË MIRA PËR TË GJITHA KANALET

- **Konsistenca në mesazhe:** Siguroni që përgjigjet në telefon, email dhe rrjete sociale të jenë të sinkronizuara me informacionin zyrtar.
- **Përdorimi i toneve empatike dhe respektuese:** Vlerësoni frustrimet e mundshme të qytetarëve dhe ofroni zgjidhje.
- **Mbrojtja e të dhënave:** Asnjëherë mos kërkonit ose publikoni të dhëna personale në mënyrë publike.
- **Monitorimi & reagimi:** Rishikoni rregullisht ndërveprimet e qytetarëve për të identifikuar pyetjet e zakonshme ose problematikat e përsëritura.
- **Vlerësimi i shërbimit:** Promovoni anketime ose sistema vlerësimi (vlerësimi me yje, formularë reagimi) pas çdo kërkesë të përfunduar, për të mbledhur opinionin e përdoruesve.

Ky botim u prodhuan me mbështetjen financiare të Bashkimit Evropian dhe të Këshillit të Evropës. Përmbajtja e tij është përgjegjësi vetëm e autorit. Pikëpamjet e shprehura këtu nuk mund të konsiderohen në asnjë mënyrë se pasqyrojnë opinionin zyrtar të Bashkimit Evropian apo të Këshillit të Evropës.

SQI

Bashkimi Evropian është një bashkim ekonomik dhe politik i 27 vendeve evropiane. Ai bazohet në vlerat e respektimit të dinjitetit njerëzor, lirisë, demokracisë, barazisë, shtetit të së drejtës dhe respektimit të të drejtave të njeriut, duke përfshirë të drejtat e personave që u përkasin pakicave. Ai vepron globalisht për të promovuar zhvillimin e qëndrueshëm të shoqërive, mjedisit dhe ekonomive, në mënyrë që të gjithë të mund të përfitojnë.

**[www.europa.eu](http://www.europa.eu)**

Këshilli i Evropës është organizata kryesore e kontinentit për të drejtat e njeriut. Në të bëjnë pjesë 46 shtete anëtare, përfshirë të gjithë anëtarët e Bashkimit Evropian. Të gjithë shtetet anëtare të Këshillit të Evropës kanë nënshkruar Konventën Evropiane për të Drejtat e Njeriut, dokument i cili është hartuar për të mbrojtur të drejtat e njeriut, demokracinë dhe shtetin e së drejtës. Gjykata Evropiane mbikëqyr zbatimin e Konventës nga shtetet anëtare.

**[www.coe.int](http://www.coe.int)**

Bashkëfinancuar nga  
Bashkimi Evropian



BASHKIMI EVROPIAN

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Bashkëfinancuar dhe zbatuar  
nga Këshilli i Evropës